



МЕДИАСФЕРА И МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ: СПЕЦИФИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Сборник научных статей

[Начать просмотр](#)

**Могилев
Могилевский институт МВД
2020**

МИНИСТЕРСТВО ВНУТРЕННИХ ДЕЛ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Учреждение образования
«Могилевский институт Министерства внутренних дел
Республики Беларусь»
Кафедра социально-гуманитарных дисциплин

**МЕДИАСФЕРА
И МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ:
СПЕЦИФИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
В СОВРЕМЕННОМ
СОЦИОКУЛЬТУРНОМ
ПРОСТРАНСТВЕ**

Сборник научных статей

Научное электронное сетевое текстовое издание



Могилев
Могилевский институт МВД
2020

© Учреждение образования «Могилевский институт
Министерства внутренних дел Республики Беларусь»
(on-line), 2020

ISBN 978-985-7155-69-9 (on-line) © Учреждение образования «Могилевский институт
Министерства внутренних дел Республики Беларусь» (CD),
ISBN 978-985-7155-63-7 (CD) 2020

[Перейти к сведениям об издании 1 2 3](#)

[Перейти к статьям](#)

**МЕДИАСФЕРА И МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ:
СПЕЦИФИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СОВРЕМЕННОМ
СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

Научное электронное сетевое текстовое издание

*Рекомендовано к изданию научно-методическим советом
учреждения образования «Могилевский институт
Министерства внутренних дел Республики Беларусь»*

Медиа сфера и медиаобразование: специфика взаимодействия в современном социокультурном пространстве [Электронный ресурс] : сборник научных статей / Министерство внутренних дел Республики Беларусь, учреждение образования «Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь» ; редкол.: С. В. Венидиктов (отв. ред.) [и др.]. — Могилев : Могилев. институт МВД, 2020. — Режим доступа: http://elib.institutemvd.by/handle/MVD_NAM/4855. — Загл. с экрана.

ISBN 978-985-7155-63-7.

В сборник вошли научные статьи, представленные на VII Международную научно-методическую конференцию «Медиа сфера и медиаобразование: специфика взаимодействия в современном социокультурном пространстве» (25–29 мая 2020 г.), организованную кафедрой социально-гуманитарных дисциплин учреждения образования «Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь».

Тематика статей затрагивает ряд актуальных направлений исследований, среди которых медиаобразование в условиях формирования информационного общества, развитие медиакоммуникативной компетентности в академической среде, образовательные медиа и культура гражданской коммуникации, интеграционный ресурс медиаобразования, история и теория медиаобразования, медиа-технологии в правоохранительной деятельности, медиа и корпоративная культура.

Сборник адресован ученым, преподавателям, аспирантам, докторантам, студентам, сотрудникам СМИ, органов госуправления, а также всем, кто интересуется проблемами общественного влияния массовой информации и тенденциями развития медиаобразования.

В сборнике сохранена авторская редакция и подходы к решению заявленных проблем.

Ул. Крупской, 67, Могилев
тел. +375 222 72 41 58
e-mail: rio@institutemvd.by
<http://www.institutemvd.by>

© Учреждение образования «Могилевский институт
Министерства внутренних дел Республики Беларусь»
(on-line), 2020

© Учреждение образования «Могилевский институт
Министерства внутренних дел Республики Беларусь» (CD),
2020

[Перейти к сведениям об издании 2 3](#)

[Перейти к титульному экрану](#)

[Перейти к статьям](#)

МЕДИАСФЕРА И МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ: СПЕЦИФИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Сборник научных статей

Научное электронное сетевое текстовое издание

Основу данного издания составляет электронное текстовое издание локального доступа:

Медиа сфера и медиаобразование: специфика взаимодействия в современном социокультурном пространстве [Электронный ресурс] : сборник научных статей / Министерство внутренних дел Республики Беларусь, учреждение образования «Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь» ; редкол.: С. В. Венидиктов (отв. ред.) [и др.]. — Могилев : Могилев. институт МВД, 2020. — электрон. опт. диск (CD-R). — Загл. с экрана.

Редакционная коллегия:

- С. В. Венидиктов** (ответственный редактор), начальник кафедры социально-гуманитарных дисциплин Могилевского института МВД, кандидат филологических наук, доцент;
- А. В. Безручко**, проректор по научной работе Киевского университета искусств, профессор кафедры кинотелеискусства Киевского национального университета культуры и искусств, член-корреспондент Международной академии наук педагогического образования, доктор искусствоведения, профессор;
- А. В. Федоров**, профессор кафедры педагогики и социокультурного развития личности Таганрогского института имени А. П. Чехова (филиал) Ростовского государственного экономического университета, почетный Президент Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России, доктор педагогических наук, профессор;
- И. Л. Лукашкова**, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Могилевского института МВД, кандидат педагогических наук;
- Н. В. Вашрова**, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Могилевского института МВД, кандидат социологических наук;
- А. Е. Игнатович**, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Могилевского института МВД, кандидат исторических наук

[Перейти к титульному экрану](#)

[Перейти к сведениям об издании 1 3](#)

[Перейти к статьям](#)

**МЕДИАСФЕРА И МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ:
СПЕЦИФИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
В СОВРЕМЕННОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ
ПРОСТРАНСТВЕ**

Сборник научных статей

Рецензенты:

профессор кафедры периодической печати
и веб-журналистики факультета журналистики
Белорусского государственного университета
доктор исторических наук, профессор *О. Г. Слука*;
заведующий кафедрой педагогики и социокультурного развития личности
Таганрогского института имени А. П. Чехова (филиал)
Ростовского государственного экономического университета
кандидат педагогических наук, доцент *И. В. Чельшева*;
доцент кафедры издательского дела и редактирования
Киевского политехнического института имени Игоря Сикорского
кандидат филологических наук, доцент *Н. Н. Фиголь*

Сведения о программном обеспечении:

современные программы просмотра веб-страниц (браузеры) Opera, Mozilla Firefox, Google Chrome и другие. Такие браузеры не нуждаются в дополнительных настройках и осуществляют открытие pdf-файла при нажатии на соответствующую ссылку.

Редактор технический *Н. А. Наумович*
Корректор *Т. Ю. Лухтанова*

Учреждение образования «Могилевский институт
Министерства внутренних дел Республики Беларусь».
Ул. Крупской, 67, 212011, Могилев, тел. +375 222 72 41 58.
www.institutemvd.by

Дата подписания к использованию: 14.07.2020.
Объем 20 Мб. Заказ № 12.

[Перейти к титульному экрану](#)

[Перейти к сведениям об издании 1 2](#)

[Перейти к статьям](#)

[Перейти к титульному экрану](#)

УДК 7.067

Т. Б. Бабаева

доцент кафедры гуманитарных дисциплин
ЧОУ ВПО «Таганрогский институт управления и экономики»,
кандидат педагогических наук, доцент (Россия)

ЭТИКО-ЭСТЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ВИЗУАЛЬНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ В ПРОСТРАНСТВЕ МЕДИАКУЛЬТУРЫ

В статье рассматриваются вопросы, связанные со спецификой межотраслевого взаимодействия рекламы и визуальных искусств, влияния информационно-коммуникационных технологий на возможность эксплуатации «высоких» образов и образцов искусства в направлении коммерциализации рекламы, как процесс трансформаций в системе ценностей современного массового адресата.

T. B. Babaeva

Ethical and aesthetic aspect of visual transformations in the space of media culture

The article discusses issues related to the specifics of intersectoral interaction of advertising and visual arts. Art — both classical and contemporary — remains an important resource of modern media, their historical and production context. The relationship between advertising and art as activities is largely based on the general aesthetic principles of creating an image, they often use the same creative tools. However, the influence of information and communication technologies on the possibility of exploiting “high” images and art samples in the direction of commercialization of advertising is evident. This process leads to transformations in the value system of the modern mass addressee.

Искусство — как классическое, так и современное — остается важным ресурсом современных медиа, их историческим и производственным контекстом. Связь между рекламой и искусством как видами деятельности во многом базируется на общих эстетических принципах создания образа, в них зачастую используется одинаковый творческий инструментарий. Сознательная установка на использование «готовых» образов произведений классического искусства или их свободную трансформацию в рекламе прямо вытекает, с одной стороны, из высокого уровня технологизации всех современных творческих процессов, с другой — из самой сути современных арт-практик.

Современные информационно-коммуникационные технологии доставляют зрителям визуальные образы практически в оригинале, обеспечивая потребителей достаточно качественной визуальной продукцией. Средства массовой

коммуникации делают доступными весь арсенал визуальных образов мирового искусства, производят при этом разновекторные усилия, приобщая миллионы людей ко всем видам и формам художественной культуры, одновременно с этим во имя конкретных (в первую очередь коммерческих) целей, изменяют смысловую нагрузку визуальных образов.

Значение подобной трансформации, осуществляемой при активном вмешательстве субъекта рекламного творчества, особенно возросло на современном этапе, когда именно реклама во многом формирует эстетическое пространство, в котором живет современный человек. Привлечение (вовлечение, использование) известных шедевров искусства в рекламную коммуникацию называется процессом цитирования произведений классического искусства в рекламе. Выделяют два подвида использования данного приема — прямое цитирование (воспроизведение, репродуцирование) и частичное (неявное, или с изменениями, а также цитирование самой идеи широко известного произведения живописи, скульптуры и т. п.).

Исследователи проблемы взаимоотношений рекламы и классического искусства отмечают, что этот вопрос глубже, чем может показаться на первый взгляд. Присутствие в рекламе, да и вообще в маркетинговых коммуникациях, образов классической живописи и скульптуры значительно не только из-за проблем сбыта и конкурентоспособности товаров. Потенциал смыслов и открытий классического искусства огромен, он позволяет наделять товар так называемыми дополнительными психологическими ценностями, не имеющими никакого отношения к функциональной ценности товара, но зато формирующими образ престижности и элитарности продаваемой продукции. Именно это очень хорошо понимает и успешно эксплуатирует реклама.

Основу эффективного рекламного образа, использующего «готовые» образы искусства, составляет его способность являться носителем эстетических смыслов, за которыми стоят культурные (универсальные или этнокультурные) архетипы. Такие рекламные образы, окруженные облаком коннотативных значений, часто далеких от прямого назначения вещи, одинаково воспринимаются всеми членами общества, вызывая в них сходные эмоциональные реакции и потребительские мотивы.

Весь спектр товаров: парфюмерия, косметика, кондитерские и табачные изделия, предметы быта и интерьера, отдыха и развлечений, ассоциирующиеся с элитарным образом жизни, с «красотой», достатком или комфортом, — беспрочно рекламируется с помощью «вечных», классических образов Нефертити, Венеры Милосской, обнаженных французенок Ренуара, «кружевниц» Тропинина, «купчих» Кустодиева и т. п. Шедевр, входящий в элиту мировых

культурных ценностей, позволяет на подсознательном уровне воспринимать рекламируемый с его помощью товар или услугу как что-то надежное, настоящее, заслуживающее внимания и доверия. Осуществляется трансляция личного отношения к произведению искусства в пространство рекламы — хочет того потребитель или нет. Психологи давно и довольно детально описали подобный феномен, свойственный человеческой психике и называемый эффектом переноса. В первую очередь срабатывает эффект узнавания, и только потом человек фиксирует свое внимание на необычном, креативном использовании живописного шедевра. Иногда оно вызывает улыбку, иногда возмущение «кощунственным» отношением к мировому культурному наследию, но равнодушным, как правило, не остается никто: человеку невольно хочется уточнить детали и подробности. В сущности, происходит беззастенчивая эксплуатация авторитета классического произведения, знакомого с детства, и, как следствие, явная манипуляция сознанием потребителя, к чему и стремится любая реклама [1].

Рассматривая многочисленные варианты «употребления» классического искусства в рекламе, нельзя однозначно быстро ответить на вопрос: хорошо это или плохо. При определенных условиях в результате вовлечения художественного образа в систему массового искусства происходит утрата, в других случаях — возрождение уникальных художественных и культурных творений. Так, некоторые специалисты считают, что, используя шедевры элитарного искусства, реклама продлевает их жизнь на века, подчеркивая их статус «открытых» произведений, не дает им уйти в небытие, угаснуть в художественном пространстве культуры прошлого. «Благодаря массовому искусству сегодня диалог адресата с высокими шедеврами художественной культуры происходит по большей части не в стенах музея, а за его пределами, и реклама в этом смысле играет большую роль. И, хотя реклама с помощью образного языка отражает такую истину, которая базируется на коммерческих установках и принципах, совершенствующихся методиках внушения и манипуляции, в то же время она помогает адресату найти дорогу к оригинальным художественным творениям человечества, пробудить интерес к высокому, прекрасному» [2, с. 6]

Действительно, по оберткам конфет «Мишка косолапый» еще граждане Советской страны запоминали картины Ивана Шишкина быстрее, чем на уроках изобразительного искусства в школе. Упаковка, как известно, является специфическим рекламным носителем, переоценить роль дизайна которой очень сложно. Такое «использование» художественного наследия даже в стране со строгой идеологией не вызывало никаких нареканий, напротив, это считалось уместным и оправданным во всех отношениях.

Однако, как показывает практика, чаще случается другое — произведения классического искусства, вовлеченные в рекламную коммуникацию без размышлений о вкусе и порядочности, уничтожаются в своей сути. Примеров использования в рекламе широко известных, «культовых» произведений живописи, скульптуры и даже архитектуры «на новый лад» предостаточно. Это, как правило, касается частичного цитирования, когда автор «новой композиции» на свое усмотрение легко трансформирует шедевр, привнося в него новые аспекты восприятия и сомнительные смыслы. Отношение к этой практике массовой аудитории и специалистов также неоднозначно. Так, М. И. Никитин пишет: «Изображение роденовского “Мыслителя” в наушниках (реклама отечественной радиостанции) способно вызвать улыбку понимания — почему бы и нет, вполне адекватная креативная находка. Ведь умному человеку свойственно воспринимать информацию, и здесь его образ подчеркивает качественный характер этой информации — не будет же “Мыслитель” слушать какую-нибудь чепуху. Однако когда мы увидим эту же фигуру в интерьере туалета (реклама магазина сантехники), то сразу возникает негативная реакция» [3, с. 30]. Другой, весьма «говорящий» пример: использование в рекламе бытовой техники изображения «Моны Лизы» со своей знаменитой полуулыбкой. В восприятии любого человека — это некий обобщенный образ женщины Ренессанса и символ непостижимости женской притягательности вообще. Но благодаря «креативному решению» Джоконда может преобразиться самым неожиданным образом. Принт, рекламирующий бренд Vidal Sassoon, представляет Джоконду с новой неожиданной прической. Если кто-то чего-то и не понимает, то разъяснение рядом в виде слогана: «Техника великого мастера» — и фен под рукой. О каком мастере при этом идет речь, зритель должен догадаться сам: то ли это великий Леонардо, то ли стилист-цирюльник [1].

Устоявшиеся характеристики произведений искусства в сознании потенциальных потребителей таковы: бесценные, вечные супервещи. Если мы используем в рекламном образе произведение искусства — картину, стихи, музыку, — наш товар тоже приобретает флер «супервещи». К примеру, знаменитый автопортрет Зинаиды Серебряковой («За туалетом») (1909) ГТГ). На нем художница изобразила себя молодой женщиной, причесывающейся за туалетным столиком. В новом варианте весь стол перед моделью уставлен кремами фирмы GREEN MAMA. Или, к примеру, гравюра из средневековой Библии: Адам и Ева на ней изначально в первозданном виде, т. е. обнажены и прикрыты, как и принято, только в соответствующих местах. Но фирма — продавец нижнего белья одела их в свой товар [4, с. 110]. Аналогичным образом в рекламе бижутерии обнаженную Венеру Милосскую унижают бусами и цепями. А рекламная

кампания автомобилей Mazda с использованием архивов мирового искусства и специалистами рекламного творчества, и самими продвинутыми потребителями признана «впечатляющим имиджевым проектом», реализованным официальным представителем Mazda — компанией ИП «Холпи Авто». И Неизвестная из картины И. Крамского «Портрет неизвестной», и Иван-царевич из картины В. Васнецова «Иван-царевич на сером волке» — все пересажены на «Mazda-шедевр».

Каким бы эксплуататорским ни выглядело прямое цитирование, оно все же гораздо лучше частичного. Креативные «находки» дизайнеров рекламы, экспериментирующих с известными шедеврами, «обновляющих» и «дополняющих» их — более опасная, и часто сомнительная в этическом отношении стезя рекламного творчества. Так, использование картины В. М. Васнецова «Три богатыря» в рекламе батончиков Mars уместно, считает М. И. Никитин, поскольку идея послания заключается в появлении силы от использования продукта, а эти персонажи как раз и символизируют силу. На рекламном плакате другого бренда изображен только Илья Муромец. Возникает вопрос: почему картина воспроизведена в таком усеченном виде? Текст рекламы таков: «Поручители не требуются!». Все встает на свои места: речь идет о банковских кредитах, поскольку богатырь и олицетворяет не только силу, но и надежность. Однако третий пример использования богатырских образов в рекламе дезодоранта вызвал довольно бурную реакцию. В некоторых изданиях даже появились негодующие отклики. Напомним эту рекламу: из трех богатырей вновь был изображен только один, а текст заключался примерно в следующем: «Кажется, друзья начинают тебя избегать? Дезодорант Икс!». Сейчас трудно даже сказать, чего там было больше: надругательства над классикой или над чувством национального достоинства [3, с. 30].

Использование шедевров архитектуры в рекламных целях, пожалуй, менее всего вызывает вопросов и нареканий, поскольку здесь любые «креативные решения» сведены к минимуму, что и позволяет сохранять чистоту и целостность художественных образов. Совершенно естественно и «законно» висят настенные плакаты с изображением известных архитектурных шедевров в любом турагенстве. «Культурные достопримечательности» страны — это сам товар, и с этим не поспоришь. Но реклама различных видов цемента, а также других строительных материалов с использованием шедевров мировой архитектуры — это, по выражению специалиста в сфере рекламного законодательства Вадима Ускова, «почти законная реклама». Здесь, как считает автор, мы входим в пограничную область между нарушением Закона и правомерным поведением. Известно, что частые споры о нарушениях закона «О рекламе» (далее — Закон)

происходят именно в результате размытых формулировок и нечетких запретов. Они-то и привлекательны для рекламодателей. Статья 8 Закона признает неэтичной рекламу, которая «...порочит объекты искусства, составляющие национальное или мировое культурное достояние». Провести грань между правомерным использованием шедевра (т. е. таким, которое не порочит объект искусства) и наглым надругательством над творением великих мастеров очень сложно. Для того чтобы уловить это различие, автор предлагает обратиться к «Толковому словарю русского языка» С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой, в котором одно из значений слова «порочить» трактуется как «осуждать, чернить чью-либо работу». Согласно смыслу Закона «Об авторском праве», опорочить произведение можно, исказив его. Таким образом, считает исследователь, следует различать смысл слов «порочить» как высказывание оценки об этом произведении («поливать грязью», «чернить») и «порочить» произведение путем его искажения, способного нанести ущерб чести и достоинству автора (п. 1 ст. 15 Закона «Об авторских правах») [5]. В итоге можно предположить, что если сам объект мирового искусства не изменен, то нет и нарушения закона.

Однако если в произведение внесены изменения, искажающие замысел автора и общее восприятие произведения, то есть нарушение указанной статьи. Так, в книге издательского дома «Довгань» «Современная реклама» (К. Л. Бове и У. Ф. Аренс) на 430-й странице в качестве примера приведена реклама соуса для спагетти Prince. Слоган гласит: «Когда мы изготовили соус для спагетти Prince, мы предоставили Вам выбор. Потому что нет двух людей с одинаковыми вкусами». При этом над слоганом приведено два изображения Джоконды: на первом мы видим привычную Мону Лизу с одним видом соуса, а на втором — тот же персонаж, но уже потолстевший килограммов на тридцать и с банкой соуса другого типа [5].

Видимо, образ знаменитой Джоконды всегда будет вдохновлять «креативщиков» разных сортов. Именно ей еще в начале XX столетия подрисовал усики малоизвестный тогда (но вошедший благодаря этому в энциклопедии искусства XX столетия) М. Дюшан, утвердив тем самым в визуальных искусствах ницшеанскую идею принципиальной относительности (или конвенциональности, как сказали бы теперь) эстетических ценностей. «Дополнив» знаменитый шедевр, М. Дюшан узаконил такую черту массовой культуры, как игровое (и игривое) обращение с образами элитарной культуры. Продемонстрировав по сути не столько пренебрежительное отношение к «высокой классике», сколько начало глобальных метаморфоз в художественно-эстетическом сознании XX века, игровые технологии распространились в различных культурных контекстах по всему миру. Современные философы характеризуют такое положе-

ние дел как «истончение духовных оснований культуры», «духовно-художественное оскудение» и, как следствие, полное «агрессивное разрушение культуры» [6, с. 382]. Такая ситуация беспокоит и специалистов, занимающихся вопросами философии и культурологии самой рекламы: «Жонглирование в одном рекламном тексте содержательно несоизмеримыми понятиями, заземление высоких ценностей ради их орнаментальной роли в очередном рекламном опусе — явления, которые наносят вред здоровому мироощущению взрослых людей и особенно неокрепшей психике подростков» [7, с. 224].

Приведенные выше примеры свидетельствуют о реально существующей проблеме двойственности и противоречивости использования произведений искусства в рекламных целях. Многие современные исследователи отмечают: «Использование рекламой образов элитарного искусства в общем виде может приводить либо к возвышению их роли в системе ценностей современного массового адресата, актуализации высоких художественно-культурных смыслов, служить критерием эстетической привлекательности рекламного сообщения, способствовать появлению действительно творческой, оригинальной рекламы, сочетающей репродукцию и вымысел, цитирование и созидание, либо, наоборот, приводить к низведению образа оригинала, вытеснению, искажению изначально заложенных в нем высоких художественно-эстетических смыслов, снижению эстетической, а подчас и прагматической ценности рекламного сообщения» [2, с. 6]. Поэтому совершенно очевидно, что для оптимального функционирования рекламы в обществе необходимо ее культурологическое экспертное обследование. При проведении такой экспертизы вместо экономических показателей коммерческой выгоды рекламы на первый план выходят требования, обусловленные необходимостью защиты общества и личности от вреда, который может нанести им реклама в погоне за решением ее непосредственных задач (продвижением товара). Эти требования диктуются общепринятыми социальными нормами, принципами этики и эстетики и т. п. Соответственно, в основе оценки социальной эффективности рекламы находятся культурные и психологические критерии, обусловленные ценностными установками общества.

1. Куприянов И. Пицца для Джоконды [Электронный ресурс] // Современная реклама и классическая живопись. URL: http://www.goodsmatrix.ru/articles/pizza_for_Jokonda.html (дата обращения: 11.03.2020). [Вернуться к статье](#)

2. Акиньшина К. Ю. Трансформация художественного образа в массовом искусстве как творческий процесс: на примере рекламы : автореф. канд. философ. наук. Барнаул, 2006. [Вернуться к статье](#)

3. Никитин М. И. Использование приема олицетворения в современной рекламе // Реклама. Теория и практика. 2010. № 03 (39). [Вернуться к статье](#)

4. Имшинецкая И. Креатив в рекламе. М., 2002. [Вернуться к статье](#)

5. Усков В. Рифы рекламного законодательства [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rekcity.ru/lenta/show/rifyi-reklamnogo-zakonodatelstva.html> (дата доступа: 11.03.2020). [Вернуться к статье](#)

6. Бычков В. В. Эстетика. М., 2004. [Вернуться к статье](#)

7. Ученова В. В. Реклама и массовая культура. М., 2017. [Вернуться к статье](#)

УДК 372.881.1

V. B. Balabanov

*lecturer of the of the Department of social
and humanitarian disciplines
of the Mogilev Institute of the Ministry of internal Affairs (Belarus)*

SOME FEATURES OF THE USE OF ELECTRONIC MEANS OF PROFESSIONALLY ORIENTED FOREIGN LANGUAGE TEACHING

Using of computers in higher educational establishments leads to the revision of methods and to the creation of e-learning tools. The interactive multimedia textbooks help to increase students' motivation and influences very positively the quality of the professionally orientated foreign language teaching.

В. Б. Балабанов

О некоторых особенностях использования электронных средств профессионально ориентированного обучения иностранному языку

Использование компьютерных технологий в высших учебных заведениях приводит к пересмотру методик и созданию электронных средств обучения. Интерактивные мультимедийные учебники способствуют повышению мотивации студентов и положительно влияют на качество профессионально ориентированного обучения иностранному языку.

Electronic educational resources are increasingly being created and used in higher education institutions as the main educational publication in various specialized and general education disciplines. Taking into account the multi-faceted advantage of electronic publishing over traditional print of textbooks, the active substitution of traditional textbooks by electronic publications has a logical justification. The intensity of popularization of various portable technical means and improvement of wireless networking technologies play a key role in the processes of informatization of the higher education system. All this makes it possible to introduce e-learning resources into the educational process without huge investments in the development of the material and technical base of higher education institutions, as students can access e-learning resources using their own devices both remotely and during classroom classes.

In modern higher education, there are trends towards a gradual shift of emphasis from the lecture and seminar form of classes to practical classroom and distance learning. Under these circumstances, the role of the teacher, who is less and less becoming the main source of information, is changing and is becoming a consultant who sets the vector for students' independent cognitive activity. One of the key links

in the process of modernizing the higher education system is the improvement of educational literature that meets modern requirements for the activation of independent work of students. For this purpose, e-learning publications that combine the information richness inherent in printed textbooks with interactivity and multimedia as well.

The discipline “Foreign Language” is one of the most dynamic in the intensively changing modern world with its globalization and informatization processes. In the modern system of non-linguistic higher education there is a profession-oriented teaching of foreign languages, the purpose of which is to form and develop the relevant competencies of future focused specialists. The discipline “Foreign Language ” is also undergoing evolutionary changes, and its study is transformed from goal to means. A foreign language is studied as an additional means to achieve a single goal of training highly qualified specialists seeking to further self-development in an ever-changing society.

In the process of work on a professionally oriented electronic publication of foreign language teaching, it is necessary to take into consideration the above-mentioned trends in order to create a high-quality and up-to-date educational product.

A quality foreign language teaching publication should undoubtedly contain comprehensive (and even redundant) material provided for in the discipline's educational and program documentation. Before starting work on the creation of an electronic educational publication on a foreign language, it is necessary to carefully consider its structure and content. It is important to bear in mind that a focus on independent cognitive activity of students requires a structure that will ensure the maximum efficiency of learning material and minimize the time required to comprehend the algorithm of the interface, the sequence of tasks and the clarity of unified formulations of all types of tasks (didactic discourse). On the other hand, it is better to plan the preparation of an explanatory note and a detailed instruction on the use of an e-learning publication for the final phase of its development.

The structure of an e-learning publication in a foreign language can be built on different principles, but the fundamental factor is the clarity of the thematic sequence, which should be based on the requirements of educational documentation. The optimal structure for an e-learning publication is one that follows as closely as possible the logic of the distribution of topics and teaching hours in the curriculum.

A clear structural division of an e-learning publication into modules, topics, lessons, aspects, tasks, etc. enables the user to orientate himself as quickly as possible in the learning material and thus contributes to its more effective retention.

Studying a foreign language implies mastering its phonetic, lexical and grammatical aspects, as well as socio-cultural norms of everyday and business communi-

cation, rules of speech etiquette that allow to effectively use a foreign language as a means of communication in the modern multicultural world. One cannot ignore the history and culture of the country of the language being studied. Therefore, the structure of an e-learning publication in a foreign language should include all the above aspects. The sequence of their placement within the framework of the structural elements of the electronic publication can be studied individually depending on the peculiarities of teaching methods and the specifics of professional orientation of students. However, the main structural blocks should contain both theoretical (rules and exceptions, information texts, tables, video explanations, etc.) and practical language material (exercises, interactive tasks, tests, thematic video fragments, etc.)

In electronic educational publications on a foreign language for non-linguistic specialties, it is preferable to explain the rules (text or multimedia) preferably on the basis of the native language with possible theoretical and practical inter-linguistic parallels. This will be effectively reflected in the learning of foreign language material, based on already known examples from the mother language. Consolidation of the material can be organized either through traditional exercises or through interactive tasks with automatic result verification.

Selection of texts is recommended from authentic sources, foreign periodicals or specialized publications. Texts must contain up-to-date information. Pre- and post-textual tasks, lexical exercises and development tasks for oral and written speech are prepared on the basis of texts.

Each topic block of professionally oriented foreign language teaching should include a vocabulary of minimum lexical units, word combinations and even whole phrases in order to improve the vocabulary of students in their future professional activity. Memorizing vocabulary based on situational modeling, dialogue and monologic expression and interpretation/translation practice seems to be the most effective. The minimum limits for learning professionally oriented vocabulary within the framework of learning each vocabulary subject should be clearly defined in order to ensure more adequate self-assessment of students and the development of optimal assessment criteria.

A modern electronic textbook cannot be imagined without assignments to improve listening comprehension skills. Fortunately, there is a huge amount of authentic video material available online today that can be used to create tasks (including interactive ones) to build and develop students' ability to understand foreign language speech in as close to real-life situations as possible, thanks to the presence of natural background noise and an unadapted pace of speech.

Probably, the most difficult element of the electronic educational edition on foreign languages for non-linguistic specialties is the phonetic part, i. e. practicing

correct pronunciation. Of course, the inclusion of phonetic block tasks in an electronic textbook does not have any special technical difficulties, which is not the case with the technology of quality control of the formation of pronunciation skills of students. And although modern computer programs already allow converting speech into text or even conducting simple conversations with computer artificial intelligence, it is hardly possible to check the quality of pronunciation of sounds and intonation of phrases in the conditions of self-studying of students (without the participation of the teacher). In that case, it is possible to include in an electronic tutorial the possibility of remote communication with the teacher in real time, or by sending voice or video recordings to the teacher.

As a whole, creation of the electronic learning tool on a foreign language is very laborious process demanding from the author knowledge of subtleties of an electronic teaching (including remote one) of foreign languages, as well as a clear idea of the algorithm of building and using electronic teaching tools. As a rule, such volume of work is hardly possible for one person, because, in this case, he or she should be a specialist not only in foreign languages, but also have enough knowledge in the field of computer technologies and programming. In this regard, it should be emphasized that only a comprehensive approach to the implementation of all the above principles and approaches will allow to create a full-fledged and full-volume electronic educational tool, which will favorably differ from the traditional educational textbooks by a comprehensive amount of structured didactic information, built on the basis of modern electronic educational technologies with the possibility of organizing both classroom practical classes and independent work of students.

У Д К 378.147

А. Г. Барановский

*доцент кафедры «Экономика и управление»
МОУВО «Белорусско-Российский университет»,
кандидат экономических наук, доцент (Беларусь)*

ОБУЧЕНИЕ ЧЕРЕЗ ВСЮ ЖИЗНЬ В УСЛОВИЯХ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ И ЦИФРОВИЗАЦИИ

В статье рассмотрены тенденции развития сферы образования в условиях медиаобразования и цифровизации. При этом данная проблема исследуется с точки зрения концепции образования через всю жизнь и с учетом профессиональных и социальных вызовов людям в современном VUCA-мире. Показаны новые возможности формирующейся системы образования по сравнению с традиционной системой. Отражено применение медиа- и цифровых технологий образования на всех этапах жизни человека от рождения до смерти.

A. G. Baranovsky

The lifelong learning in terms of media education and digitalization

The article considers the trends in the development of the sphere of education in the conditions of media education and digitalization. At the same time, this problem is studied from the point of view of the concept of education through life and taking into account professional and social challenges to people in the modern VUCA world. New opportunities of the emerging education system in comparison with the traditional system are shown. The application of media and digital technologies of education at all stages of a person's life from birth to death is reflected.

Окружающий нас мир стремительно изменяется. На смену привычному для старших поколений миру SPOD приходит мир VUCA. Их характеристика и сравнение приведены в таблице 1.

Таблица 1 — Две среды обитания человека

МИРЫ	
SPOD	VUCA
SPOD-мир. SPOD — steady (устойчивый), predictable (предсказуемый), ordinary (простой) и definite (определенный)	VUCA-мир. Volatility (нестабильность), uncertainty (неопределенность), complexity (сложность) и ambiguity (неоднозначность)
Набор знаний и профессия на всю жизнь, низкая потребность в переменах и мобильности, предсказуемость будущего, сравнительно простые функции и отношения	Чтобы преуспеть в формирующемся мире, нужно быть активным, динамичным, способным работать в команде, постоянно меняться и непрерывно учиться

Люди старшего поколения столкнулись с необходимостью освоить азы компьютерной грамотности. Некоторые (даже высококлассные специалисты) оказались к этому не готовыми по психологическим причинам: скептицизм, неверие, неприятие.

По мнению экспертов, специалист настоящего, а тем более будущего, должен обладать следующими качествами: умение работать в команде, критическое мышление, креативность, цифровая грамотность, лидерство, развитый эмоциональный интеллект, потребность учиться через всю жизнь, инновативность, мобильность, инициативность.

Главные задачи современной системы образования:

- развить способности, креативность каждого обучающегося;
- сформировать его готовность к деятельности в условиях сложности и неопределенности.

Происходят кардинальные, хотя и незаметные на первый взгляд, изменения в повседневной жизни и быту человека. В качестве примера приведем появившуюся возможность постоянного контроля в реальном масштабе времени каждым человеком основных параметров состояния своего организма (качества сна, частоты пульса, кровяного давления), а также своей физической активности (пройденное расстояние, расход калорий). Масштабные и локальные изменения окружающего нас мира являются следствием все возрастающей цифровизации окружающей нас социальной и производственной сред.

Человек должен обладать соответствующими компетенциями, чтобы комфортно чувствовать себя и преуспеть в современном мире. Задача формирования требуемых компетенций во многом ложится на систему образования.

В европейском образовательном процессе можно выделить три главных направления: PISA, Болонский процесс, обучение через всю жизнь (таблица 2). Обучение через всю жизнь интегрирует все три названных направления. PISA и Болонский процесс по сути встроены в концепцию непрерывного обучения в течение всей жизни. При этом, хотя идея непрерывного обучения возникла пятьдесят лет назад, она не потеряла своей актуальности. Скорее, наоборот. Концепция непрерывного обучения в течение всей жизни приобрела новую актуальность в настоящее время.

Таблица 2 — Три направления европейского образования

Направление	Краткая характеристика
PISA (Programme for International Student Assessment)	Представляет собой международную программу по оценке образовательных достижений учащихся посредством тестирования для оценки грамотности школьников в разных странах мира и умения применять знания на практике
Болонский процесс	Болонский процесс обеспечивает сближение и гармонизацию систем высшего образования стран Европы для создания единого европейского пространства высшего образования
Обучение через всю жизнь	Пожизненное обучение — это «непрерывное, добровольное и самомотивированное» стремление к знаниям по личным или профессиональным причинам. По сути, это обучение «от рождения до последних дней жизни»

Система образования меняется в техническом и технологическом отношении параллельно с изменением окружающего нас мира. Выделим две главных тенденции: медиаобразование и цифровизация образования (таблица 3). Медиаобразование при этом базируется на использовании информационно-компьютерных технологий.

Следует иметь в виду, что, по сути, это единое направление, в котором цифровизация дополняет медиаобразование и формирует его новые возможности.

Цифровизация образования привносит в него новые методы и технологии, которые меняют его содержание (рассмотрены в таблице 4). Для того чтобы подчеркнуть значимость этих изменений, они показаны в сравнении с традиционной (доинформационной) системой обучения (таблица 4).

Таблица 3 — Медиаобразование и цифровизация образования

Направление	Краткая характеристика
Медиаобразование	Процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа)*
Информационно-компьютерные технологии	Процессы и методы взаимодействия с информацией, которые осуществляются с применением устройств вычислительной техники и программных средств, а также средств телекоммуникации
Цифровизация	Широкое использование цифровых технологий в образовательном процессе; способ организации современной образовательной среды, основанный на цифровых технологиях**

Примечание*. Цель медиаобразования — формирование культуры общения с медиа: творческих, коммуникативных способностей, критического мышления; умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения использованию медиатехники.

**Цифровизация направлена на подготовку специалистов, обладающих медиа- и цифровой грамотностью, которые гарантированно востребованы на рынке труда, легко и свободно владеют цифровыми, мобильными и интернет-технологиями, а также ориентированы на непрерывное обучение для повышения квалификации

Таблица 4 — Сравнение традиционной и современной моделей образования

Основные черты	Традиционная модель	Цифровая модель
Субъект обучения	Учреждение образования и преподаватель	Также, сам обучающийся
Форма получения знаний	Одно учреждение в очной форме	Несколько учреждений при удаленной работе
Форма трансляции знаний	Лекции преподавателей и изучение учебников и литературы	Активный поиск информации в Интернете
Доступность информации	По мере необходимости и в ограниченном объеме	В реальном масштабе времени и неограниченный объем информации
Актуальность информации	Отчет о происшедшем событии	Отражение текущего состояния
Наглядность информации	Требует поиска носителей	Обеспечивается мобильными устройствами
Регламентация получения информации	Необходимо определить время и место ее получения	Доступна непрерывно и в любом месте
Хранение информации	Проблема, обусловленная подбором источников и созданием картотек	Не представляет собой самостоятельной проблемы
Организация процесса обучения	Расписание: корпус, аудитория, время	Работа дома и в любое время
Производительность обработки информации	Низкая, обусловленная отсутствием технических и программных средств	Высокая, ограничена только возможностями ее восприятия и интерпретации пользователем
Сопутствующие потери	Потери времени на дорогу, ожидание выдачи литературы в библиотеке или контакта с консультантом	Отсутствуют

Происходят также изменения в технологиях коммуникаций между участниками образовательного процесса и в технологиях получения информации. Некоторые из этих изменений показаны в таблице 5. При этом обратим внимание на характер отношений между преподавателем и студентом, направленность (масштаб) обучения, степень интерактивности при получении знаний, возможности структуризации массивов данных, пределы образовательного пространства.

Таблица 5 — Особенности технологий цифровой системы образования

Аспект технологии	Традиционная система	Цифровая система
Партнерское обучение	Отсутствует	Преподаватели и студенты обмениваются опытом и знаниями при взаимном сотрудничестве
Образовательное пространство	Ограничено средой образовательного учреждения	Практически безгранично в рамках Интернета
Интерактивность	Отсутствует	Взаимодействие с преподавателем и коллегами в реальном масштабе времени
Масштаб обучения	Аудиторный	Точечный
Структуризация массивов информации	Крайне ограничена	Возможна практически неограниченная систематизация и дифференциация массивов однородных данных
Технологии поиска и обработки информации	Практически отсутствуют	Встроены в операционные системы, необходимо их изучение

Будем исходить из того, что современное, а тем более подрастающее поколение воспринимает необходимость непрерывного обучения всю жизнь как должное и очевидное. Особенности обучения на каждом из этапов жизни показаны в таблице 6.

Таблица 6 — Медиа- и цифровые технологии в жизни и обучении

Период жизни	Особенности обучения и жизнедеятельности
Младенчество	Обучающие мультфильмы, центр интенсивного развития, простые гаджеты
Детский сад	Дополнение игрушек средствами медиаобразования, цифровыми устройствами и гаджетами
Школа	Полный доступ к Интернету во время занятий. Поиск информации с помощью учителей. Использование электронных носителей информации. Работа с компьютером
Университет	Приоритет самостоятельной работе с поиском информации в Интернете. Компьютеризация всех занятий (лекций, лабораторных, практических, семинаров). Широкая визуализация информации и результатов усвоения знаний
Трудовая деятельность	Участие работодателя в финансировании и организации получения дополнительного образования. Самообразование. Визуализация рабочей среды, применение программных средств для управления механизмами
Пенсия	Поиск информации в Интернете, обучение на онлайн-курсах, посещение клубов по интересам

Учеба, работа и повседневная жизнь в условиях цифровизации приобретают следующие характерные черты:

- визуализация и наглядность информации об окружающей среде и осуществляемой деятельности на работе и в быту; в производстве визуализация обеспечивается программными средствами проектирования продукции и технологии, и средствами управления производственными процессами; в быту эту роль выполняют многочисленные цифровые гаджеты;

- простой и удобный доступ к нужной информации, который обеспечивается специально создаваемыми для этих целей устройствами (при этом получение информации практически не ограничено ни по объему, ни по времени и доступно в любом месте, где находится человек).

Уместно предположить, что происходит формирование цифровой экосистемы в форме информационных сетей и людям предстоит осознать свое место в ней и переосмыслить свое отношение к другим людям в новых реалиях. Сеть стала реальностью для каждого человека, который знаком с Интернетом и проводит в нем какое-то время.

Отмечено, что для подростков виртуальная среда общения во многом заменяет соответствующую социальную среду. Так, согласно исследованиям, 32 % подростков в России проводят в Интернете по 8 часов в сутки [1]. При этом для многих из них «друзья» в Интернете более приоритетны, чем члены семьи. Меняющаяся ориентация общения представляет собой очевидный вызов современным системам обучения и воспитания подростков, но исчерпывающего ответа на него пока не найдено.

Отметим особенности образования, характерные для первой четверти XXI века:

– формирование ключевых навыков и компетенций с показом их применения в реальных ситуациях;

– ориентация на развитие личности обучающегося с учетом его интересов и потенциальных возможностей;

– точечный подход к подбору для каждого обучающегося предметов, подлежащих изучению, и согласование сроков их освоения;

– использование удаленного взаимодействия в образовательных сетях в рамках мобильного образования;

– широкое применение современных технических средств и технологий в образовательном процессе.

Выводы:

1. Современный мир становится все более динамичным. В нем возрастает степень нестабильности, неопределенности и непредсказуемости.

2. Цифровизация — заметная и важная тенденция в развитии человечества. Она охватывает все стороны жизни человека: производство, обучение, быт, общение.

3. Человек оказывается в среде двойной реальности: материальной и виртуальной. Для некоторых людей (прежде всего подростков) виртуальный мир оказывается реальнее физического и социального. В то же время значительное число людей старшего поколения оказались не готовыми к переменам по причинам непонимания и нежелания переучиваться.

4. Эти обстоятельства актуализировали концепцию 70-х годов прошлого века о непрерывности обучения в течение всей жизни. Обучение через всю жизнь встраивается в образовательное пространство на современном техническом уровне.

5. Современные информационно-компьютерные технологии, медиаобразование и цифровизация обучения делают образовательный процесс более комфортным, производительным и результативным.

6. Работа с цифровыми техникой и технологией вырабатывает у человека привычку постоянно искать информацию и контакты в Сети, и это основная предпосылка формирования потребности учиться всю жизнь.

1. Кондаков А. Цифровое образование: матрица возможностей // Презентация. URL: https://clck.yandex.ru/redirect/nWO_r1F33ck?data (дата обращения: 11.03.2020). [Вернуться к статье](#)

УДК 378

И. Н. Батура

*старший преподаватель кафедры педагогики детства и семьи
УО «Могилевский государственный университет
имени А. А. Кулешова (Беларусь)*

К. С. Тетюева

*студент факультета педагогики и психологии детства
УО «Могилевский государственный университет
имени А. А. Кулешова (Беларусь)*

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ МЕДИАСРЕДА КАК ФАКТОР ПРАВОВОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ

В статье рассмотрены некоторые аспекты организации образовательной медиасреды в учреждении образования, посредством которых протекает процесс правовой социализации личности. Несмотря на то, что далеко не все современные учреждения образования живут в активном медиаритме, процесс информатизации образования создает базу для успешной разносторонней социализации личности и перехода субъектов учебно-воспитательного процесса на качественно новый уровень познания.

I. N. Batura, K. S. Tetueva

Educational media as a factor of legal socialization

Thus, we can conclude that the media environment of an educational institution is a holistic, constantly developing organism with a powerful educational potential. It is also obvious that all subjects of the educational process are constantly socializing, being active participants in the educational media, in particular, when we talk about the legal socialization of the individual.

Современные учреждения образования представляют собой непрерывно развивающуюся систему динамических отношений обучающихся, педагогов, родителей и других субъектов образовательного процесса. Не секрет, что с ходом времени и с бурным насыщением наших жизней новейшими технологиями большинство учреждений образования не остались в стороне от прогресса. Люди глубоко погружены в медиапространство, представляющее собой новое, электронное окружение, в котором как отдельные люди, так и группы лиц взаимодействуют, создавая звуковую и визуальную виртуальную среду, влияющую на реальное пространство. Поэтому все более активное выстраивание образовательного процесса в медиаритме будет свидетельствовать о направленности современного вектора образования на будущее.

Изначально термин «медиа» стал заменой громоздкого словосочетания «средства массовой информации». Согласно классической теории медиа М. Маклюэна, в понятие «медиа» входят любые искусственно созданные предметы и явления, посредством которых осуществляются «внешние расширения человека» — его коммуникации, сообщения с внешней средой [1].

Медиасреда же представляет собой сферу средств массовых, почти полностью электронных коммуникаций, осуществляющую интерфейс между потребителем информации (личностью, группой или обществом в целом) и информационными ресурсами общества [2].

Медиасреда становится привычным и естественным окружением: в ней происходит реализация всех составляющих жизнедеятельности, начиная от профессиональной сферы, досуга и заканчивая межличностным общением. Происходит перенос основных видов деятельности в медиасферу, а следовательно, изменяется стиль жизни, структура деятельности людей, организация учебы и работы, привычные каналы получения информации, характер межличностных взаимодействий. Медиасреда является источником новых социальных ценностей, норм, установок, стратегий поведения, потребностей, интересов, систем отношений, структуры смысловых координат человека [3].

Внедрение в педагогический процесс информационных технологий свидетельствует о бурном процессе информатизации образования. И данный процесс будет оказывать влияние не только на целенаправленные действия педагогов в процессе обучения и воспитания детей, насыщая педагогическую деятельность разнообразными интерактивными формами работы, но и на процесс социализации. Рассмотрим некоторые аспекты организации образовательной медиасреды в учреждении образования, посредством которых протекает процесс правовой социализации несовершеннолетних.

В широком смысле правовая социализация представляет собой процесс и результат усвоения человеком системы правовых знаний, норм и ценностей, результатом чего является модель **правосolidного гражданина**. Основы правоупуслушного поведения детей будут закладываться посредством основного механизма формирования правового сознания — персонификации. Это значит, что через наблюдение за людьми из ближайшего окружения, а именно родителями, другими членами семьи и сверстниками, дети впитывают их модели поведения по отношению друг к другу и установленным в обществе правилам нормативного поведения. Именно поэтому глубина усвоения данных образцов поведения несовершеннолетних, их нравственно-правовых ценностей и установок в большей степени зависит от отношения ребенка к вышеуказанным людям как к носителям и трансляторам определенных ценностных ориентаций.

На наш взгляд, педагоги могут оказать существенное воздействие на процесс правовой социализации детей, коррекции уже деформированных правовых представлений и действий несовершеннолетних, а также могут проводить профилактическую работу в учреждениях образования посредством активного использования богатого образовательного потенциала медиасреды.

Традиционно прямая правовая социализация в образовательных учреждениях происходит через одну из самых распространенных и зарекомендовавших себя форм — лекционную. В школе, например, учителя, классный руководитель или представители администрации учреждения образования, собирая классы, целые параллели или родительские собрания разъясняют необходимость соблюдения правовых норм и предупреждают об ответственности за несоблюдение законов. Бесспорно, такая форма подачи материала может быть успешной при высокой заинтересованности аудитории в получении правовой информации, в правдивости и точности этой информации, при дополнительном использовании мультимедийных средств, интерактивных форм работы.

Однако не все педагоги компетентны в вопросах правового просвещения, поэтому эффективным способом ведения работы по данному направлению может быть приглашение специалистов узкого профиля в учреждения образования с целью проведения тех же самых лекций, демонстрации на примерах из судебно-следственной практики, к каким печальным последствиям приводит несоблюдение закона.

Современную образовательную медиасреду можно рассматривать как полноценный фактор правовой социализации детей хотя бы на основе ее вариативности, о чем говорилось ранее. Использование в педагогическом процессе информационных технологий, мультимедийной аппаратуры и другого рода современных медиатехнологий не только усиливает эффект наглядности и доступности излагаемого материала, но и способствует лучшему запоминанию. С одной стороны, можно сказать, что происходит некое отчуждение от традиционного способа передачи знаний и от самого их носителя, т. е. педагога, а с другой, дети становятся искателями этих знаний, выбирая, фильтруя, трансформируя информацию, которую ищут на различных медиаканалах, а с третьей стороны, в ситуации это актуализируется в процессе дистанционного обучения. В этой связи задача педагога — быть просвещенным в области медиаобразования, направляя, сопровождая образовательный процесс, наделив обучающихся независимостью от авторитарного мнения и правом выбора интересующего контента.

С позиций интеграции воспитательных влияний медиасреда позволяет использовать такие приемы, как представление докладов, сообщений, выступ-

ление в роли специалиста юридической сферы [2]. Здесь педагог может использовать и различные игровые приемы: ролевые игры с распределением ролей, интервью, игры, направленные на отстаивание своих жизненных позиций и убеждений, озвучка детьми мультипликаций, развитие сюжетов и определение линий поведения героев этих картин и т. д.

Остановимся на опыте работы социального педагога ГУО «Могилевский профессиональный электротехнический колледж» в управлении процессом правовой социализации. В данном учреждении в банке данных числится достаточное количество несовершеннолетних, относящихся к подучетным категориям, с которыми проводится индивидуальная профилактическая работа ввиду совершения ими правонарушений или преступлений. Помимо коррекции поведения воспитанников, уже состоящих на учете, посредством проведения мероприятий, предусмотренных индивидуальной программой реабилитации, специалисты социально-педагогической и психологической службы колледжа активно работают на уровне первичной профилактики. С недавнего времени в колледже зарекомендовало себя использование такого средства правового просвещения, как работа с QR-кодами.

QR-код — код быстрого реагирования или моментального отклика. Такой знак типа матричных штрих-кодов можно встретить на продукции различного рода. Необходимо навести камеру смартфона на QR-код и сканировать его. Далее происходит переход на страницу, ссылка которой была зашифрована в этом коде. На информационных стендах размещены фотографии с изображением QR-кодов, под которыми обозначены ключевые слова «несовершеннолетние и алкоголь», «хулиганство», «разбой», вместо размещения текста статей нормативно-правовых документов, регулирующих административную и уголовную ответственность.

Отметим, что сканированные данные сохраняются в телефоне воспитанников для дальнейшего ознакомления в любое удобное для воспитанников время. Также зашифровать при помощи QR-кода можно не только статьи и выдержки из статей нормативно-правовых документов, но и текстовую информацию различной направленности, аудио- и видеoinформацию, картинки, брошюры и т. д.

Еще одной принципиально новой формой работы по правовому просвещению можно считать так называемые сетевые обсуждения. В социальной сети или мессенджере создается тематическая группа или чат, куда добавляются собеседники (воспитанники, педагоги, родители, иные заинтересованные лица), число которых может быть неограниченно (в отличие от проведения мероприятий с элементами обсуждения в реальной жизни), далее выбирается определен-

ная правовая тематика, ситуация или случай из реальной жизни и начинается живое обсуждение проблемной темы. При этом не обязательно быть активным участником обсуждения, а можно быть слушателем, прочитать комментарии собеседников, обсудить предлагаемые способы решения задач, посмотреть на проблему с разных сторон и уже сквозь призму переработанной информации прийти к нужному решению. Естественно, это далеко не полный перечень форм работы по правовой социализации личности через средства образовательной медиасреды, данный список можно расширять, дополнять, а также видоизменять уже готовые приемы работы.

Таким образом, можно сделать вывод, что медиасреда учреждения образования является целостным, постоянно развивающимся организмом, обладающим мощным образовательным потенциалом. Очевидным является и тот факт, что все субъекты учебно-воспитательного процесса непрерывно социализируются, будучи активными участниками образовательной медиасреды, в частности, когда мы говорим и о правовой социализации личности.

1. Маклюэн М. Понимание Медиа. Внешние расширения человека. М. : Канон-Пресс-Ц, 2003. 464 с. [Вернуться к статье](#)

2. Жилинская Т. С. Преподавание информатики студентам культурологических специальностей: проблемы и перспективы // Поволжский гос. ун-т. Сер 2, Политология. Экономика. Техническое и культурное взаимодействие. 2010. № 4. С. 240–243. [Вернуться к статье](#)

3. Скородумова О. Б. Виртуальная личность и свобода // Вестник МГУ. Сер. 4, Философия. 2004. № 2. С. 35–38. [Вернуться к статье](#)

УДК 791.44.071.1(477)

А. В. Бязручка

*прарэктар па навуковай рабоце, загадчык кафедры кіна-, тэлемастацтва
Кіеўскага ўніверсітэта культуры,
прафесар кафедры кіна-, тэлемастацтва
Кіеўскага нацыянальнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў,
доктар мастацтвазнаўства, прафесар (Україна)*

ПАЧАТАК КІНАПЕДАГАГІЧНАЙ ДЗЕЙНАСЦІ УЛАДЗІМІРА ГАРПЕНКІ

У гэтым артыкуле сабраны і даследаваны невядомыя і малавядомыя старонкі пачатку творчай і кінапедагагічнай дзейнасці вядомага ўкраінскага педагога экранных мастацтваў, кіназнаўцы, рэжысёра кіно і тэлебачання, доктара мастацтвазнаўства (2001) па спецыяльнасцях «Тэорыя і гісторыя культуры» і «Кінематаграфічнае мастацтва, тэлебачанне», прафесара (2002), акадэміка Акадэміі вышэйшай школы, члена Нацыянальнага саюза кінематаграфістаў Украіны Уладзіміра Рыгоравіча Гарпенкі на кінафакультэце Кіеўскага дзяржаўнага інстытута тэатральнага мастацтва імя І. К. Карпенкі-Карага (цяпер — Інстытут экранных мастацтваў Кіеўскага нацыянальнага ўніверсітэта тэатра, кіно і тэлебачання імя І. К. Карпенкі-Карага).

Oleksandr V., Doctor of Study of Art (Doctor of Science), Professor, Vice-rector for scientific work, Head of the Department of Cinema and Television Arts of Kyiv University of Culture, Professor of Department of Cinema and Television Arts of the Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine. oleksandr_bezruchko@ukr.net

O. V. Bezruchko

The start of the cinema-pedagogical activity of Volodymyr Gorpenko

In this article autor collect and investigate the unknown and not very well-known facts from the beginning of the creative and pedagogical activities of the famous Ukrainian teacher of screen arts, film critic, film and television director, Doctor of Study of Art (2001) with major in two specialties: «Theory and History of Culture» and «Cinematography Art. Television», Professor (2002), Academician of the Academy of Higher School, member of the National Union of Cinematographers of Ukraine Volodymyr Grygorovich Gorpenko at the film faculty of Kyiv State Institute of Theater Arts named after I.K. Karpenko-Kary (now Institute of Screen Arts of Kyiv National University of Theatre, Film and Television named after I. K. Karpenko-Kary).

Вядомаму ўкраінскаму кінарэжысёру, кіназнаўцу, педагогу экранных мастацтваў, доктару мастацтвазнаўства па спецыяльнасцях «Тэорыя і гісторыя культуры» і «Кінематаграфічнае мастацтва, тэлебачанне», прафесару, акадэміку Акадэміі вышэйшай школы, члену Нацыянальнага саюза кінематаграфістаў Украіны Уладзіміру Рыгоравічу Гарпенку (3 ліпеня 1941 г., сяло Буглак Радомышльскага раёна Жытомірскай вобласці, Украіна — 17 кастрычніка

2019 г., г. Кіеў, Украіна) ўдалося стварыць ва Украіне навуковую школу экранных мастацтваў і медыяпедагагікі. Да гэтай школы належыць і аўтар артыкула, у якога У. Р. Гарпенка быў навуковым кансультантам доктарскай дысертацыі па мастацтвазнаўстве «Фарміраванне кінематаграфічнай школы ва Украіне: тэарэтычныя, практычныя і мастацкія асновы (трыццатыя — шасцідзясятыя гады XX стагоддзя)».

Навуковую, творчую і кінапедагагічную дзейнасць У. Р. Гарпенкі вывучалі І. Зубавіна [1], С. Трымбач [2], І. Журавель [3], А. Бязручка [4–7, 8] і інш. Тым не менш у сувязі з яго смерцю новыя даследаванні з'яўляюцца надзвычай актуальнымі.

У. Р. Гарпенка спачатку вучыўся ў майстэрні тэатральных акцёраў і рэжысёраў М. П. Вярхацкага, потым у першай ва Украіне кінарэжысёрскай майстэрні В. І. Іўчанкі на кінафакультэце Кіеўскага дзяржаўнага інстытута тэатральнага мастацтва (КДІТМ — КГИТИ) імя І. К. Карпенкі-Карага (цяпер — Інстытут экранных мастацтваў Кіеўскага нацыянальнага ўніверсітэта тэатра, кіно і тэлебачання імя І. К. Карпенкі-Карага).

Як успамінаў У. Р. Гарпенка на вечары памяці В. І. Іўчанкі, пасля выпускных экзаменаў настаўнік патэлефанаваў яму дамоў у чвэрць першага ночы і спытаў, ці не змог бы Гарпенка зараз прыехаць да яго. Віктар Іларыёнавіч Іўчанка, апрануты ў спартыўны касцюм, папрасіў прабачэння за позняе запрашэнне і прапанаваў свайму былому студэнту ў дзесяць раніцы быць побач з ім у прыёмнай камісіі КДІТМ [9].

Так пачалася педагагічная кар'ера будучага выдатнага ўкраінскага кінапедагага, доктара мастацтвазнаўства, прафесара Уладзіміра Рыгоровіча Гарпенкі. Дастаткова плённая, дарэчы, таму што на яго рахунку тры дзясяткі кніг па тэорыі і практыцы кінамастацтва, шматлікія выступленні на навуковых семінарах і канферэнцыях і, галоўнае, шэраг вучняў, якія актыўна працуюць у экранных мастацтвах.

Уладзімір Гарпенка адначасова з вучобай у аспірантуры ва Усесаюзным дзяржаўным інстытуце кінематаграфіі (УДІК — ВГИК, цяпер — Усерасійскі дзяржаўны ўніверсітэт кінематаграфіі імя С. А. Герасімава) працаваў старшым выкладчыкам кафедры рэжысуры кіно і тэлебачання КДІТМ імя І. К. Карпенкі-Карага.

Восенню 1972 г. у г. Растове падчас выбару натуры для здымак наступнага фільма памёр **В. І. Іўчанка**. Позняй ноччу яго вучні сустрэлі ў аэрапорце самалёт, пачаўшы трагічны рытуал развітання, які цягнуўся аж да моманту пахавання яго цела на Байкавых могілках. Страшны боль не дазваляў гаварыць словы падзякі і абяцання працягваць станаўленне нацыянальнай

кінашколы ва Украіне, што ўсім сваім жыццём сцвярджаў Віктар Іларыёнавіч Іўчанка. Настаўніку У. Р. Гарпенка прысвяціў артыкул «Урокі, атрыманыя ў дарозе» [10].

Выкладчыцкую эстафету, у прыватнас мастацкае кіраўніцтва гэтай майстэрняй, даручылі кінарэжысёру, сцэнарысту, заслужанаму дзеячу мастацтваў УССР (1967) Уладзіміру Захарыевічу Доўганю.

Педагагічная дзейнасць Уладзіміра Гарпенкі таксама звязана з вядомым украінскім кінарэжысёрам, педагогам, першым сакратаром Саюза кінематаграфістаў, Народным артыстам СССР (1972), лаўрэатам Дзяржаўнай прэміі Украінскай ССР імя Т. Р. Шаўчэнкі (1971), лаўрэатам прэміі Саюза кінематаграфістаў Украіны (1982), узнагароджаным Залатым медалём імя А. П. Даўжэнкі (1982) Цімафеем Васільевічам Ляўчуком, у майстэрні якога У. Р. Гарпенка самастойна распрацаваў шэраг спецкурсаў.

Ц. В. Ляўчук заўсёды ўмеў стварыць творчы калектыў педагогаў-аднадумцаў, смела прыцягваў да працы творчую моладзь, нядаўніх выпускнікоў, давяраючы ім працу з курсам ў якасці другога педагога.

Уладзімір Гарпенка ў пачатку 1980-х гг. пісаў у аўтабіяграфіі: «За мінулы перыяд зроблены два выпускі кінарэжысёраў. Першы — агульная акцёрска-рэжысёрская майстэрня (мастацкі кіраўнік В. І. Іўчанка, потым У. З. Доўгань). Другі — майстэрня кінарэжысуры (мастацкі кіраўнік — Ц. В. Ляўчук)» [11].

З 1981 г. У. Р. Гарпенка выкладаў на курсе кінарэжысёраў ужо «трэцяга пакалення», мастацкім кіраўніком якіх быў прафесар Ц. В. Ляўчук. Тады дзверы кінафакультэта КДІТМ адкрыліся для студэнтаў-замежнікаў. Папярэдні год яны вучыліся рускай мове ў Кіеўскім універсітэце імя Тараса Шаўчэнкі, а потым адбывалася іх тэсціраванне, персанальная размова з мэтай вызначэння, ці маюць яны адпаведны творчы патэнцыял.

Адбор студэнтаў-замежнікаў і даручылі Уладзіміру Гарпенку, які пасля ўступных экзаменаў увесь першы семестр быў задзейнічаны на кінавытворчасці, а таму заняткі са студэнтамі пачаў толькі з другога семестра.

Той курс быў незвычайным па сваім складзе: па-першае, ён быў беспрэцэдэнтна вялікім — 19 студэнтаў; па-другое, на ім, акрамя 7 савецкіх студэнтаў, займалася 12 студэнтаў з 11 краін. Гэты аспект, паводле слоў Уладзіміра Рыгоравіча, наклаў свой адбітак на ўсю вучэбна-метадычную і выхаваўчую працу з курсам. У першую чаргу, трэба было прывесці да агульнага назоўніка надзвычай разнастайны курс, аб'яднаць іх у агульнасць адзінай майстэрні [12].

Асноўны акцэнт малады, але ўжо досыць дасведчаны педагог рабіў на вучэбна-лекцыйнай працы, пачаўшы выкладаць з тэарэтычных раздзелаў курса

«Кінарэжысура»: «Уводзіны ў кінарэжысуру», «Праца з акцёрам», «Мантаж», «Кампазіцыя фільма», «Жанр і стыль», «Кінамізансцэна» і г. д.

Гэтаму ж заданню падпарадкоўвалася і індывідуальная праца са студэнтамі — выбар і асэнсаванне матэрыялу, пошук глыбокага і выразнага мастацкага рашэння, арганізацыйнае і паслядоўнае засваенне ўсіх элементаў прафесіі.

Але асабліва карысным было, па перакананні Уладзіміра Гарпенкі, тое, што і на першым, і на другім курсах атрымалася адабраць для сцэнічных рэжысёрска-акцёрскіх работ матэрыял, які даў магчымасць выконваць канкрэтныя вучэбна-метадычныя заданні па засваенні рамяства і выходзіць пачуццё калектыўнай адказнасці і ўзаемадапамогі. Гэта кампазіцыі па сцэнарыі і апавесці Ж. Рэмі «Калі хлопцы ўсяго свету» — на першым курсе, а таксама па паэме М. Гоголя «Мёртвыя душы» — на другім курсе.

На дасягненне гэтай жа мэты быў накіраваны і распачаты на трэцім курсе педагагічны эксперымент — сумесная праца рэжысёрскай майстэрні над сцэнічнымі ўрыўкамі з другім акцёрскім курсам КДІТМ, мастацкім кіраўніком якой быў А. Р. Рашэтчанка.

Большай часткай курс працаваў рытмічна, укладваючыся з практычнымі заняткамі (у прыватнасці, на здымачных работах, што пры такім складзе курса занадта складана) у вызначаныя праграмай і вучэбным планам тэрміны.

Інтэнсіўная выхаваўчая праца вялася на гэтым інтэрнацыянальным курсе. Па тагачаснай педагагічнай методыцы рэгулярна арганізавалася правядзенне палітінфармацыі, дзе разам з савецкімі прымалі актыўны ўдзел і замежныя студэнты. Акцэнт там рабіўся, перш за ўсё, на расповедах студэнтаў аб сваёй радзіме, што давала добры педагагічны вынік праз узаемаўзбагачэнне культур і ўсталяванне добрых адносін паміж студэнтамі майстэрні. Звычайна такія сустрэчы-гутаркі суправаджаліся паказам разнастайнага ілюстрацыйнага матэрыялу — фотаздымкаў, рэпрадукцый, слайдаў, што надавала гісторыям агульнаазнамяляльны эффект, вельмі патрэбны ў станаўленні маладых рэжысёраў.

Актыўная грамадзянская пазіцыя, у лепшым сэнсе гэтага слова, заўсёды была ўласцівай Уладзіміру Гарпенку. Як член грамадска-метадычнай рады Бюро прапаганды савецкага кінамастацтва ён праводзіў велізарную колькасць шэфскіх сустрэч і лекцый. Так, напрыклад, толькі ў 1982–1983 гг. сустрэчы адбыліся ў гарадах Горкі, Ніжневартаўск, Нафтаюганск, Табольск, Томск, Львоў і інш.

Майстар спрабаваў развіць у студэнтаў шырыню кругагляду, запал да спазнання ўсяго, што можа спатрэбіцца ў будучай творчай працы, таму,

напрыклад, ён арганізаваў наведванне маладымі рэжысёрамі Навукова-даследчага інстытута «Укргазпраект», дзе ім была прадэманстравана праца электронна-вылічальнай тэхнікі для праектавання шырока вядомага ў той час газаправода «Урэнгой–Памары–Ужгарад».

Мелі пазітыўны ўплыў на педагагічны працэс у майстэрні і сустрэчы студэнтаў на здымачнай пляцоўцы з рэжысёрамі кінастудыі імя А. Даўжэнкі. Магчыма, першым крокам да педагагічнай кар’еры кінарэжысёра Міхаіла Гарасімавіча Ільенкі, які працаваў тады над экранізацыяй «Старасвецкіх памешчыкаў» М. В. Гоголя (фільм выйшаў у 1983 г. пад назвай «Міргарад і яго жыхары»), можна лічыць сустрэчу-лекцыю са студэнтамі кінафакультэта КДІТМ, арганізаваную У. Р. Гарпенкам.

У выхаваўчай рабоце, якая праводзілася майстрам на курсе, самая вялікая ўвага надавалася індывідуальным формам. Пастаянныя гутаркі, наведванне інтэрната, дапамога ў арганізацыі побыту і вольнага часу, агульныя наведванні выстаў, музеяў, спектакляў — уся пазапраграмная праца была накіравана на фарміраванне ў студэнтаў шырокага самастойнага светапогляду, пачуцця моднага тады інтэрнацыяналізму, густу, а галоўнае — на аб’яднанне курса ў адзіную каманду сяброў.

Нягледзячы на тое, што ў майстэрні былі прадстаўлены ўсе рэлігіі і асноўныя канфесіі свету з розных краін — Манголія, Тога, Іспанія, Дамініканская Рэспубліка, Венесуэла, Коста-Рыка, Партугалія, Польшча, Йемен, Панама, Іарданія, Бангладэш, Ірак і Украіны (сямёра прадстаўнікоў), Ц. В. Ляўчуку і У. Р. Гарпенку ўдалося гэты «Вавілон» прывесці да адной роўніцы. Курс, па словах Уладзіміра Гарпенкі, паказаў дыпломны спектакль на такім узроўні, якога не ведалі нават прафесійныя тэатры [12].

З дыпломных стужак студэнтаў майстэрні больш за ўсё запомніліся працы іракца Лейта Кадума і дзяўчыны з Йемена Йіўхам Абдо. Лейта Кадум зняў паэтычную паэму па матывах Гарсіі Лоркі. А мініяцюрная далікатная Йіўхам стварыла фільм-прыпавесць «Гульня», дзе чалавецтва прыпадабняецца легкадумнай дзятве, якая гуляецца са смяротнай зброяй, нягледзячы на трагічныя наступствы такіх забаў.

На працягу доўгіх гадоў гэтыя кінарэжысёры не толькі падтрымлівалі сувязь са сваім настаўнікам, але і працягвалі вучыцца ў яго. Так, напрыклад, іракскі рэжысёр Кадум Леон Лейта (Лейта Абдул Амір), які жыве і здымае дакументальныя фільмы ў Францыі, пад кіраўніцтвам Уладзіміра Рыгоравіча Гарпенкі напісаў кандыдацкую дысертацыю «Асаблівасці рэжысуры экстрэмальнага дакументальнага фільма», якую ў 2018 г. паспяхова абараніў у

Інстытуце мастацтвазнаўства, фалькларыстыкі і этналогіі імя Максіма Фадзеевіча Рыльскага Нацыянальнай акадэміі навук Украіны [13].

Як і яго настаўнік, выхоўваючы іншых, У. Р. Гарпенка заўсёды вучыўся сам. Так, напрыклад, для азнаямлення з метадалогіяй выкладання дысцыпліны майстэрства акцёра ўжо дасведчаны педагог па некалькі месяцаў праводзіў у розных мастацкіх інстытутах Савецкага Саюза, сярод якіх можна назваць студыю ВНУ імя Вахтангава, студыю-школу імя Неміровіча-Данчанкі, УДІК (ВГІК), ДІТМ (ГИТИС) і інш.

Такім чынам, у артыкуле дэталёва разгледжаны пачатак кінапедагагічнай дзейнасці У. Р. Гарпенкі, звязанай з кінафакультэтам КДІТМ імя І. К. Карпенкі-Карага. У наступных публікацыях неабходна даследаваць яго педагагічную дзейнасць у Кіеўскім філіяле Усесаюзнага інстытута павышэння кваліфікацыі работнікаў тэлебачання і радыёвяшчання, Кіеўскім міжнародным універсітэце, Кіеўскім нацыянальным універсітэце культуры, Інстытуце экранных мастацтваў імя Івана Мікалайчука, які ён заснаваў і дзе на працягу дзесяці гадоў быў рэктарам, Кіеўскім універсітэце культуры, загадчыкам кафедры кіна-, тэлемастацтва якога ён быў да самай смерці.

© Пераклад з украінскай мовы С. В. Венідзіктава

1. Зубавіна І. Б. Кінематограф незалежнай Украіны: тэндэнцыі, фільмы, постаті. Київ, 2007. 296 с. [Вернуться к статье](#)
2. Тримбач С. В. Горпенко Володимир Григорович // Енциклопедія Сучасної України / Національна академія наук України, Наукове товариство ім. Шевченка, Інститут енциклопедичних досліджень НАН України. Київ, 2008. Т. 6 : Го–Гю. С. 308. [Вернуться к статье](#)
3. Журавель І. Інтерв'ю з ректором Інституту екранних мистецтв ім. І. Миколайчука В. Г. Горпенком // Помічник абітурієнта. 2008. № 9. С. 28–29. [Вернуться к статье](#)
4. Безручко А. Позоришни тренинг Владимира Горпенка // Аудіовізуальне мистецтво і виробництво : матеріали ІV круглого столу, 10 квітня 2019 р., м. Київ. Київ : Видав. центр КНУКіМ, 2019. С. 11–14. [Вернуться к статье](#)
5. Безручко А. Виктор Ивченко като идеален учител за Владимир Горпенко // Матеріали V круглого столу «Аудіовізуальне мистецтво і виробництво», 3 лют. 2020 р., м. Київ. Київ : Видав. центр КНУКіМ, 2020. С. 12–15. [Вернуться к статье](#)
6. Бязручка А. Вядомы ўкраінскі медыяпедагог У. Г. Гарпенка (да 75-годдзя з дня нараджэння) // Медіасфера и медіаобразование: специфика взаимодействия в современном социокультурном пространстве [Электронный ресурс] : сб. ст. / М-во внутр. дел Респ. Беларусь, учреждение образования «Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь» ; редкол.: С. В. Венидиктов (отв. ред.) [и др.]. Могилев : Могилев. институт МВД, 2017. С. 43–48. 1 электрон. опт. диск (CD-R). [Вернуться к статье](#)

7. Бязручка А. Творчая дзейнасць у кінематографі і на тэлебачанні роданачальніка ўкраінскай медыяпедагогікі У. Р. Гарпенкія // Thesaurus : зб. навук. прац / Магілёў. Ін-т МУС Рэсп. Беларусь ; пад агул. рэд. С. В. Венідзіктава, В. Д. Выбарнага. Магілёў, 2017. Вып. IV: «Міждысцыплінарныя даследаванні». С. 51–58. [Вернуться к статье](#)

8. Bezruchko O. Legend of the Ukrainian audiovisual directing and cinema pedagogics Volodymyr Gorpenko // Problem space of modern society: philosophical-communicative and pedagogical interpretations: collective monograph. Part I. Warsaw: BMT Erida Sp. z o.o, 2019. P. 316–329. [Вернуться к статье](#)

9. Горпенко В. Г. Воспоминания о В. И. Ивченко на вечере памяти, ноябрь 2002 г. // Частный архив автора. [Вернуться к статье](#)

10. Горпенко В. Уроки, здобуті в дорозі. До 70-річчя від дня народження В. І. Івченка // Культура і життя. 1982. № 46. С. 5. [Вернуться к статье](#)

11. Горпенко В. Г. Автобіографія, 9 септєбря 1983 г. // Архив КНУТКТ им. И. К. Карпенко-Карого. Личное дело В. Г. Горпенко. [Вернуться к статье](#)

12. Горпенко В. Г. Інтерв'ю о педагогической деятельности, март 2003 г. // Частный архив автора. [Вернуться к статье](#)

13. Кадум Л. Л. Особливості режисури екстремального документального фільму : автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.04 ; НАН України, Ін-т мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського. Київ, 2018. 20 с. [Вернуться к статье](#)

УДК 377.091.2:004

Л. В. Васильченко

*заведующий кафедрой дидактики и методик обучения
естественно-математических дисциплин
Запорожского областного института
последипломного педагогического образования,
кандидат педагогических наук, доцент (Украина)*

ОБЩАЯ МЕТОДИКА ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ

Общая методика конструирования электронных программно-педагогических средств на основе субъектно-деятельностного подхода в первую очередь базируется на разработке учебных ситуаций, реализация которых предусматривает использование методов задачного подхода, учебного диалога, имитационных игр.

Педагогическое конструирование предусматривает разработку всего перечня информационных образовательных объектов на основе модульно-компетентностного и субъектно-деятельностного подходов, профессионально ориентированной информационной образовательной среды и создания системы мета-предметных и метадеятельностных связей между ними.

L. V. Vasilchenko

General methodology of information educational environment pedagogical projecting

General methodology of electronic programme and pedagogical resources construction based on subject and activity approach is based on learning situations development, which demand the use of problem solving approach, learning dialogues and imitation games methods.

Pedagogical construction provides for all the information educational objects development, based on both module and competence and subject and activity approaches, professionally oriented information educational environment and creation of meta subject and meta activity links system between them.

Образование как социальный институт является исторически постоянной традиционно инертной в хорошем смысле консервативной системой, функционирование которой в значительной степени определяется преемственностью педагогического опыта. И в этом контексте регулируемой парадигмой методики проектирования информационной образовательной среды должно быть сохранение всей совокупности фундаментального, прикладного и практического опыта, приобретенного предыдущими поколениями. В то же время взаимный межнаучный трансфер методологических, теоретических и методических составляющих, наблюдаемых на стыке многих наук, заставляет современного

ученого и педагога-практика выходить за рамки традиционно устойчивого понятийного аппарата, принципов, форм и методов инновационного решения насущных проблем педагогической отрасли на опыте родственных наук.

Сущность общей методики проектирования педагогических процессов в максимально сжатой форме есть не что иное, как «...продумывание того, что должно измениться и каким должно стать» [4]. Проектная деятельность педагога в условиях информатизации образования становится главной составляющей его профессиональной деятельности и обусловлена способностью строить в своем воображении идеальные модели, которые лишь частично воспроизводят действительность. При этом в первую очередь следует осознать, что педагогическое проектирование — это мотивированный способ поиска и внесения изменений в образовательную действительность, результатом которых становится самоопределение проектанта в общем ценностно-смысловом педагогическом пространстве. Общая методика педагогического проектирования дает возможность избежать ошибок, которые могут возникать при попытке немедленно внедрить в практику интересные, на первый взгляд, идеи.

Вторым важным аспектом общей методики педагогического проектирования информационной образовательной среды является принцип постоянной обратной связи на всех этапах его реализации, что позволяет своевременно вносить необходимые коррективы и избегать непредсказуемого вредного влияния на познавательный процесс.

Третьим общим аспектом методики проектирования информационной образовательной среды является необходимость учета трех взаимосвязанных ее компонентов: проектирование учебной деятельности учителя, ученика (дидактико-психологический аспект) и организации целостного процесса обучения по видам общеобразовательной и профессиональной подготовки (организационно-педагогический аспект).

Рассматривая имеющееся множество определений понятия «педагогическое проектирование», можно утвердительно говорить, что мнение большинства авторов совпадает в том, что методическая сущность этой деятельности представляет собой определенную последовательность структурирования своего замысла. Но для проектирования информационной образовательной среды этого недостаточно, и этот процесс следует рассматривать не как простую последовательность, а как алгоритмически выписанную линейно, так и разветвленную структуру системно организованного целостного профессионально ориентированного учебного процесса на основе модульно-компетентностного, метапредметного и субъектно-деятельностного подходов. Дополнение предыдущего принципа связано, с одной стороны, с необходимостью, а с другой — с

возможностью реализации одной из ведущих парадигм современного образования — детоцентризма — за счет мощных дидактически ориентированных аппаратно-программных средств формирования и поддержки информационной образовательной среды. Уважение к личности ученика, его достоинства, восприятие его личностных целей, запросов, интересов, учет индивидуальных способностей, создание условий самоопределения и самореализации — бесспорные требования к проектированию информационной образовательной среды.

Итак, третьим компонентом общей методики педагогического проектирования информационной образовательной среды является необходимость обеспечения интерактивного субъект-субъектного взаимодействия учащихся и учителей с информационными образовательными объектами, наделенными качествами адаптивности к их индивидуальной познавательной деятельности.

Общая методика компьютерно ориентированного педагогического проектирования, так же как и традиционная, предполагает определенную систему процедур и операций, которые выполняют роль инструментария формирования содержания, моделирование внутри предметных, межпредметных и причинно-следственных связей, лежащих в основе организации взаимодействия субъектов познавательной деятельности с дидактическими элементами информационной образовательной среды.

Таковыми процедурами компьютерно ориентированного педагогического проектирования на уровне общей методики являются:

- конструирование информационных образовательных объектов на основе модульно-компетентностного и субъектно-деятельностного подходов;
- моделирование метапредметных и метадеятельностных стратегий взаимодействия информационных образовательных объектов в целостной информационной образовательной среде;
- планирование мероприятий по реализации информационной образовательной среды как базовой основы новой организационно-педагогической системы подготовки к выбору будущей профессии.

Основу процедуры конструирования составляют разработки электронных учебников и учебно-методических приложений к ним в полном объеме, обеспечивающем раскрытие содержательной составляющей профессионального обучения и реализацию всех видов занятий, предусмотренных программами и тематическими планами государственных стандартов образования.

Общая методика конструирования электронных программно-педагогических средств на основе модульно-компетентностного подхода базируется на следующих ключевых принципах:

- ориентация на цели, достижение которых обеспечивает мобильность и конкурентоспособность работника на рынке труда;
- результат профильной подготовки должен соответствовать конкретной категории компетенции, определяемой для каждого предмета соответствующим государственным образовательным стандартом;
- основной единицей структурирования содержания является модуль, который характеризуется целостностью, имеет внутреннюю структуру и направленность на конкретный результат;
- обработка каждого модуля должна предусматривать механизмы самоконтроля и корректировки знаниево-компетентностной составляющей.

Общая методика конструирования электронных программно-педагогических средств на основе субъектно-деятельностного подхода в первую очередь базируется на разработке учебных ситуаций, реализация которых предусматривает использование методов задачного подхода, учебного диалога, имитационных игр.

Сущность задачного подхода заключается в том, что осмысление учеником любого материала (понятий, способов действий и т. п.) происходит в процессе решения определенных задач. Осуществляя конструирование субъектно-деятельностной процедуры в виде познавательной задачи, учитель-проектант должен ориентироваться на создание условий погружения ученика в ситуацию необходимости поиска знаний. В таком случае целостная ситуативная процедура выступает в качестве инструмента организации и направления деятельности ученика, приучает его к четкому осознанию ситуации, постановке цели ее решения, выявлению условий и ресурсов, необходимых для превращения цели в желаемый конечный результат. Посредством вариации задач, сконструированных в виде субъектно-деятельностных элементов информационной образовательной среды, происходит управление и корректировка учебно-познавательной деятельности ученика. При этом можно придерживаться двух дидактических принципов представления деятельностной задачи: от простого к сложному или, наоборот от сложного к простому. Это зависит от того, на какого ученика ориентирована ситуативно-деятельностная процедура — с недостаточно большим личным опытом и способностями, или наоборот, такого, который уже готов к решению сложных задач.

Важнейшей методической характеристикой задачного подхода является постановка проблем, встречающихся в жизненных ситуациях и профессиональной деятельности. Результатом решения субъектно-ориентированных задач теоретического плана, как правило, является поиск характеристик понятий или способов действий, что отражает когнитивный аспект.

Методика конструирования субъектно-деятельностных процедур на основе задачного подхода по содержанию профильной теоретической подготовки заключается в представлении задачи в процессно-деятельностной форме, раскрывает логику определенной предметной деятельности с целью получения желаемого результата. Исходя из структуры и содержания профильно-теоретической подготовки, можно выделить три типа задачных субъектно-деятельностных процедур, которые должен учитывать проектировщик при конструировании информационных образовательных объектов информационной образовательной среды:

- предметные задачи, обеспечивающие овладение понятиями и ориентирование в предмете и межпредметных связях;
- практико-ориентированные задачи, раскрывающие связь предмета с практической профессиональной деятельностью;
- личностно ориентированные задачи, направленные на способности, запросы, склонности и интересы ученика в контексте социального бытия и будущей профессиональной деятельности.

Правильная постановка и решение субъектно-деятельностных задач в информационной образовательной среде выполняют важную дидактико-психологическую функцию — обеспечивает получение будущими профессионалами знаний, адекватных тем, которые заложены в государственные образовательно-профессиональные стандарты.

Методика конструирования учебного диалога заключается в создании в информационной образовательной среде условий коммуникации для ученика с виртуальными и адаптивными дидактическими объектами, организации взаимодействия ученика с преподавателями, а также учащихся между собой. Суть этого подхода заключается в том, что при решении проблемы ученики находятся в постоянном интерактивном контакте с дидактическими элементами информационной образовательной среды, который при необходимости «помогает», ориентирует их познавательную деятельность на построение гипотезы, осмысление и формулирование проблемы и тому подобное. То есть характер (уровень адаптивности) диалога должен соответствовать уровню подготовки ученика. На этом принципе диалогические методы можно разделить на два уровня: комментирование процесса постановки и решения проблемы и алгоритмически заданный диалог. Коммуникация ученика с преподавателем организуется в информационной учебной среде с использованием таких сервисов, как чат, форум, электронная почта, по содержанию предварительно заготовленных типичных эвристических бесед, диспутов, дискуссий и т. п., скорректированных применительно к конкретной учебной ситуации.

Итогом учебного диалога ученика с виртуальными интерактивными и адаптивными объектами в условиях информационной образовательной среды должно быть утверждение его собственной концепции по решению проблемы, сохранение собственной позиции, подпитка новыми знаниями, скорректированными и уточненными.

Сущность метода имитационных игровых ситуаций заключается в создании в информационной образовательной среде таких дидактических элементов, с помощью которых происходит имитация различных ситуаций (социального, производственного, хозяйственного, бытового и иного характера), разрешение которых требует принятия учеником решения в процессе взаимодействия его с компьютером в условиях неопределенности и многофакторности.

В контексте конструирования имитационной игровой субъектно-деятельностной процедуры преподаватель должен учитывать ее двунаправленный характер: во-первых, это профессионально ориентированная учебно-производственная задача, во-вторых, это психологический и воспитательный тренинг.

Конструирование игровых субъектно-деятельностных процедур как дидактических элементов информационной образовательной среды строится на основе следующих психолого-педагогических принципов:

- имитация реальных условий профессиональной деятельности во всем многообразии социальных, служебных, производственных и межличностных связей;
- поэтапное игровое моделирование и переход от отдельных фрагментов производственных процедур к воспроизведению завершенной комплексной субъектно-деятельностной профессионально ориентированной ситуации;
- создание условий совместной деятельности путем имитационного подыгрывания или организации реального взаимодействия участников учебно-производственной игры в одной субъектно-деятельностной процедуре или в нескольких взаимосвязанных в одном учебно-производственном процессе;
- моделирование субъектно-деятельностных игровых процедур на основе создания проблемных ситуаций в форме развернутой производственной деятельности.

Главным требованием по использованию перечисленных принципов реализации субъектно-деятельностного подхода в игровых производственных процедурах является четкое определение признаков и рамок учебно-производственной ситуации, составление алгоритма вариативных действий при ее решении и определение комплекса условий, обеспечивающих достижение максимального результата при минимально возможных затратах.

При конструировании субъектно-деятельностных процедур следует учитывать следующие их характерные признаки:

1. Моделирование процесса принятия решения в ходе отработки субъектно-деятельностных учебно-производственных процедур.

2. Реализация «цепи решений», поскольку субъектно-деятельностная процедура (особенно комплексная), рассматривается как динамичная, поэтапная и не ограничивается решением одной задачи.

3. Распределение ролей в контексте взаимодействия с виртуальными объектами игрового подогрева, или между реальными участниками комплексной профессионально ориентированной игры.

4. Постановка различных ролевых целей при поисковых действиях рационального решения способствует возникновению противоречий и формированию нестандартных, не типичных его вариантов.

5. Ориентация ролевых целей на одну общую цель.

6. Наличие управляемого эмоционального напряжения.

7. Наличие механизмов оценки индивидуальной (групповой) деятельности.

Перечисленные признаки активного обучения в общей методике являются ключевыми элементами имитационных информационных образовательных объектов реализации субъектно-деятельностного подхода, поскольку именно они позволяют создать проблемные ситуации, которые мотивируют поиск альтернативных решений. При этом участники игры находятся в среде, в которой одновременно может имитироваться профессиональная, социальная и другие формы и виды деятельности. Сама игровая ситуативная как субъектно ориентированная процедура представляется в виде вариативного воздействия на имитационную модель в зависимости от ее состояния и действий, которые выполняет ученик в процессе ее отработки.

Таким образом, педагогическое конструирование предусматривает разработку всего перечня информационных образовательных объектов на основе модульно-компетентностного и субъектно-деятельностного подходов, профессионально ориентированной информационной образовательной среды и создания системы метапредметных и метадеятельностных связей между ними.

УДК 316.774

Н. В. Вашрова

доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин
Могилевского института МВД,
кандидат социологических наук (Беларусь)

ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОНЛАЙН-СООБЩЕСТВ КАК ВИРТУАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУПП

Статья посвящена изучению проблемы формирования образовательного сообщества как виртуальной социальной группы. Рассматриваются факторы влияния характеристик коммуникации в киберпространстве на конструирование социального объединения, особенности адаптации общения к виртуальной среде, а также организация специфической социальной структуры и характеристик сообщества.

N. V. Vashrova

Features of educational online communities as virtual social groups

The article studies the educational community as virtual social group. It is focused on the cyberspace influence on the construction of social associations, the features of adapting communication to a virtual environment, as well as the organization of a specific social structure and characteristics of the online community. Among the specific characteristic of virtual network communities are the following: going beyond the limits (spatial, temporal, organizational, and technological), intra-group information stratification (the presence of user division based on access to information and its management), physical non-representation and anonymity, the rapid progress of group processes, instant response to social problems and the absence of a number of communicative barriers.

Современные коммуникативные ресурсы Интернета обладают большими возможностями организации группового общения и объединения в сообщества людей, преследующих образовательные цели. С каждым годом увеличивается охват заинтересованной аудитории, возрастает интенсивность и вариативность общения, связанного с обучением в Сети. Формирование и развитие образовательных ресурсов и сообществ в виртуальном пространстве — явление сложное, динамичное и многофакторное, привлекающее исследовательский интерес к различным сторонам данного феномена. Статья посвящена изучению проблемы формирования образовательного сообщества как виртуальной социальной группы. Рассматриваются факторы влияния характеристик коммуникации в киберпространстве на конструирование социального объединения, особенности адаптации общения к виртуальной среде, а также организация специфической социальной структуры и характеристик сообщества.

Под виртуальными сетевыми сообществами понимают социальные группы в киберпространстве и сообщества людей с общими интересами, которые установили между собой относительно прочные связи благодаря Интернету [1, с. 11]. Кроме интереса к какой-либо проблеме или области знаний, членов таких сообществ может объединять уровень образования, уровень общей культуры, структура жизненных ценностей, система морально-этических принципов, потребность в общении с единомышленниками [2, с. 72]. Виртуальное интернет-пространство и связанные с ним аспекты физической непредставленности, анонимности, почти неограниченного доступа к контактам и взаимодействию, а также ряд других характеристик влияют на то, как возникают и функционируют онлайн-объединения [3, с. 18–19]. Исследователи выделяют ряд специфических качеств, характерных для виртуальных сетевых сообществ:

1. Выход за пределы ограничений: возможность осуществлять процессы коммуникации как синхронно, так и асинхронно, независимо от географических факторов (выход за пределы пространственных, временных, организационных и технологических ограничений), возможность участия в работе групп неограниченного количества пользователей, географически находящихся в разных точках мира [1, с. 11–20].

2. Внутригрупповая информационная стратификация: наличие деления пользователей на основании доступа к информации и управления ею, что позволяет организовать функционирование сообществ, осуществлять скоординированные действия пользователей.

3. Высокая степень анонимности: фактор, способствующий формированию нетипичного взаимодействия членов группы, поведение которых в онлайн-пространстве может в значительной мере отличаться от их поведения в офлайн-пространстве.

Коммуникация в виртуальном сообществе, обусловлена рядом условий и характеристик: способом организации собственной социальной структуры и стратификации, в том числе уровнями доступа к знаниям и информации, наличием субкультуры и организационной культуры, незначительной целостностью и устойчивостью группы, быстрым протеканием групповых процессов, мгновенным реагированием на возникающие в обществе социальные проблемы, отсутствием ряда коммуникативных барьеров [4].

Для образовательных онлайн-сообществ в значительной степени характерна организация собственной социальной структуры и стратификации участников. Эффективность коммуникативного поведения пользователя частично определяет его статус в системе отношений сообщества и связана с его активностью в обсуждении, предоставлении необходимых материалов, обменом

опытом и т. д. Кроме этого, имеет значение продолжительность присутствия пользователя в составе сообщества [5, с. 19–20]. В результате пользователи приобретают формальные («гость», «новичок», «гуру», «ветеран», VIP, «тысячник» и т. д.) и неформальные статусы («лидер», «авторитет», «звезда», «провокатор», «чудак», «флудер» и пр.). Каждому из статусов присущи особые функции и отведены конкретные роли, что не только определяет положение интернет-пользователя в сообществе, но и формирует групповые ожидания и стереотипы поведения в группе. Если у члена сообщества имеется значимый групповой статус, то он может пользоваться авторитетом, в обсуждениях к его мнению больше прислушиваются, чаще спрашивают советов, в диалогах с ним соблюдают более уважительную манеру общения. Также в качестве одного из определяющих факторов социальной дифференциации в интернет-сообществе выступает уровень доступа к знаниям и информации (информационная стратификация), при этом роль некоторых критериев определения социального положения уменьшается, т. е. происходит сглаживание межкультурных, этнических, социально-личностных различий [4].

В контексте изучения стратификации пользователей и сообществ уже упоминалось про функцию «лайка» как маркера сетевого рейтинга. Однако популярность данного элемента в коммуникации требует его более подробного изучения. Исследователи считают, что «лайк» решает ряд коммуникационных проблем. Например, ученый Григорий Асмолов утверждает, что, поскольку социальные медиа на современном этапе представляют поле информационного и социального переизбытка, люди не успевают следить за всеми потоками информации, которые им интересны, и поддерживать связи с другими пользователями, поэтому главным дефицитным ресурсом становится внимание: к конкретной информации или к конкретному человеку. Поэтому «лайк» работает как простой способ привлечения внимания или демонстрации внимания. Это означает, что «лайк» выступает не только механизмом одобрения и повышения видимости, но и условием для возникновения коммуникации как таковой. Г. Асмолов также отмечает, что механизм формирования и демонстрации слабой связи на основании «лайка» публичен по своей природе, так как целевой аудиторией подобных действий выступает не только автор, но и другие пользователи, просматривающие данный контент. Именно публичный характер лайка приводит к тому, что количество «лайков» и параметры идентичности тех, кто их поставил, становятся дополнительным элементом информации, а также индикатором существующих социальных связей [6].

В виртуальном пространстве исчезает ряд коммуникативных барьеров в общении, у интернет-пользователя появляется ощущение безнаказанности,

уменьшения ответственности за свои слова и поступки, что может приводить к потере чувства реальности и необоснованно рискованным действиям [4]. Дальнейшее развитие интернет-пространства как благополучной среды для социальных отношений во многом зависит от элементов социального контроля, который должен присутствовать в такой степени и в таких формах, чтобы не мешать эффективному функционированию виртуальной среды, но при этом ограничивать проявление и развитие деструктивных аспектов социального взаимодействия.

С. В. Бондаренко предлагает под социальным контролем в киберпространстве понимать «совокупность информационных, программных и материальных ресурсов, которыми располагают и которые используют государства, межгосударственные образования, а также негосударственные социальные структуры, действующие в киберпространстве, для того чтобы убеждаться в соответствии поведения пользователей всем правилам, предписаниям, нормативным актам и законам, регулирующим информационные взаимодействия в виртуальной среде, а в необходимых случаях и осуществлять воздействие на пользователей» [7].

Одной из форм социального контроля является саморегулирование виртуальных сетевых сообществ — наличие «организационной культуры в виде целенаправленно созданной системы ценностей, установок, норм и правил поведения, сформированных в рамках конкретного интернет-сообщества, принимаемых и поддерживаемых его участниками и отражающих характер их внутреннего и внешнего взаимодействия» [4]. Это означает, что сами сообщества определяют правила поведения участников, разрабатывают систему предупреждений, наложения определенных запретов и санкций за нарушения норм и отступления от правил [8, с. 118]. Санкции реализуются как самими администраторами и модераторами сообществ, так и прочими участниками через моральное осуждение, уклонение от взаимодействия с нарушителями и т. п.

Более четкая регламентация поведения пользователей направляет коммуникацию в конструктивное русло, избавляя ее от ярких проявлений деструктивных стратегий общения, таких как троллинг, флуд, флейм и пр. Однако слишком жесткая модерация в группе может оказаться непривлекательным фактором для пользователей, которые будут стремиться избежать контроля и давления норм, выходя из группы. Исследователи считают, что пользователи, впервые вступившие в виртуальное взаимодействие и пока еще осваивающие коммуникационное пространство различных интернет-медиа, проходят период аномичного поведения, переходя в дальнейшем к коммуникациям в рамках морально-нравственных норм [9, с. 116]. Чтобы сохранить аудиторию, в ряде ин-

тернет-сообществ лишь упоминаются необходимые правила поведения пользователей, и модераторы прибегают к санкциям лишь в некоторых случаях (при наличии затяжного конфликта или высказываний противоправного характера, в ответ на жалобы других пользователей и т. п.).

Кроме описанных выше особенностей коммуникаций в интернет-сообществе, на протекание процессов общения в онлайн-группе также влияют такие черты виртуальных объединений, как:

– неуправляемое возникновение в процессе становления и развития интернет-сообщества различных стереотипов поведения, традиций, общегрупповых ценностей, интересов, жаргона, которые в большинстве случаев направлены на повышение эффективности решения совместных задач;

– ввиду ряда особенностей интернет-пространства создаются условия, при которых групповые процессы протекают гораздо быстрее, чем в реальных социальных группах, и сообщества существуют незначительный срок; кроме этого, интернет-сообщества характеризуются незначительной целостностью и устойчивостью, как отдельно взятые социальные группы, без подкрепления их индивидуальными межличностными контактами;

– способность интернет-сообщества мгновенно реагировать на возникающие в обществе социальные проблемы путем появления новых образцов культуры, ценностей и социальных норм, инноваций и т. д., закрепление которых может осуществляться как естественным, так и искусственным путем, позволяя говорить о частичной управляемости организационного развития интернет-сообщества [4].

Таким образом, в виртуальном пространстве происходит становление новых способов и вариаций социальных объединений. С одной стороны, образовательным онлайн-сообществам как одному из данных типов объединений присущи черты, аналогичные реальным социальным группам, с другой — виртуальная коммуникативная среда ускоряет протекание процессов взаимодействия, открывает доступ к огромному количеству социальных связей и наполняет общение новыми символическими действиями.

1. Бондаренко С. В. Виртуальные сетевые сообщества: специфика становления и функционирования (социологический аспект) : автореф. дис. ... канд. соц. наук. Ростов-н/Д: РГУ, 2001. 26 с. [Вернуться к статье](#)

2. Мальчёнков И. Е. Виртуальные сетевые сообщества: принципы формирования и функционирования // Весці БДПУ. Сацыялогія. 2013. Сер. 2, № 3. С. 70–75. [Вернуться к статье](#)

3. Курбатов В. И. Сетевые онлайн-сообщества: структурно-функциональные и организационные факторы самоуправления // Гуманитарий Юга России. 2018. Т. 7, № 2. С. 18–19. [Вернуться к статье](#)

4. Иванченко Д. А. Специфика социального взаимодействия индивидов в интернет-сообществах // Сайт Российской академии наук Института социологии РАН [Электронный ресурс]. URL: https://www.isras.ru/abstract_bank/1208188722.pdf/ (дата обращения: 11.03.2020). [Вернуться к статье](#)
5. Кутюгин Д. И. Интернет как коммуникативное пространство информационного общества : автореф. дис. ... канд. соц. наук. М. : МГУ, 2009. 21 с. [Вернуться к статье](#)
6. Асмолов Г. Анатомия «лайка» и эволюция «большого пальца» [Электронный ресурс] // Сайт Новая Этика. URL: <https://etika.nplus1.ru/diktatura-laika/like-evolution/>. — Дата доступа: 30.04.2020. [Вернуться к статье](#)
7. Бондаренко С. В. Виртуальные сетевые сообщества девиантного поведения [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberpsy.ru/articles/bondarenko-internet-deviantnost/> (дата обращения: 11.03.2020). [Вернуться к статье](#)
8. Косолапова Н. В., Нарциссова С. Ю. Интернет-коммуникации: социальные проблемы, право и мораль : учеб. пособие. М. : Академия МНЭПУ. 2018. 167 с. [Вернуться к статье](#)
9. Бреслер М. Г. Социальные сети и сетевые сообщества информационного общества: монография. Уфа : РИЦ БашГУ, 2014. 174 с. [Вернуться к статье](#)

УДК 316.658.2

С. В. Венидиктов

*начальник кафедры социально-гуманитарных дисциплин
Могилевского института МВД,
кандидат филологических наук, доцент (Беларусь)*

А. Н. Колыско

*старший инспектор по особым поручениям отделения
информации и общественных связей
УВД Витебского облисполкома (Беларусь)*

ИМИДЖЕВЫЙ РЕСУРС ИНТЕРНЕТ-ПРОФИЛАКТИКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье проанализирована деятельность органов внутренних дел Республики Беларусь по производству имиджевого медиаконтента, оказывающего профилактическое воздействие на интернет-аудиторию. На примере медиапроектов отделения информации и общественных связей УВД Витебского облисполкома показаны меры по повышению лояльности общества к правоохранительной системе, популяризации работы отдельных подразделений ОВД. Рассмотрены направления использования в имиджевых целях трендов, актуальных для социальных сетей, новых методов взаимодействия с аудиторией, внедрения инновационных форматов интернет-коммуникации.

S. V. Venidiktov, A. N. Kolisko

Image resource of the internet prevention in the internal affairs bodies' activities in the Republic of Belarus

The article analyzes the activities of the internal affairs bodies of the Republic of Belarus in the production of image media content that has a preventive effect on the Internet audience. On the example of media projects of the information and public relations department of the Vitebsk Department of Internal Affairs, measures to increase public loyalty to the law enforcement system, and to popularize the work of units of the internal affairs bodies are shown. The directions of using image-relevant trends for social networks, new methods of interaction with the audience, the introduction of innovative Internet communication formats are considered.

Имидж представляет собой интегральную характеристику личностных и профессиональных качеств, которые воспринимаются общественностью в виде целостного образа. Функциональность имиджа имеет важное значение в деятельности сотрудников государственных органов, отражая уровень доверия граждан и готовность к сотрудничеству. В условиях острой необходимости сокращения дистанции между властью и обществом функции, выполняемые

имиджем, играют существенную роль в решении задач, стоящих перед государственными структурами.

Министерством внутренних дел Республики Беларусь признается важность целенаправленной деятельности по формированию имиджа правоохранительных структур — устойчивого, действенного, эмоционально окрашенного образа правоохранительной системы и ее составляющих, входящих в систему органов внутренних дел (ОВД), наделенных определенными характеристиками, основанными на реальных или приписываемых свойствах структуры, обладающих социальной значимостью. Позитивный имидж сотрудника милиции влияет на уровень доверия к нему граждан, способствует формированию эффективной системы коммуникации между правоохранительными структурами и населением, что, в свою очередь, приводит к снижению общего уровня преступности. В продвижении имиджа ОВД неуклонно возрастает роль интернет-технологий.

Деятельность ОВД направлена не только на защиту граждан от преступных и противоправных посягательств — она также носит профилактический и просветительский характер, ориентирована на построение системы социального партнерства, кооперативных связей с другими сферами общества: властью, бизнесом, учреждениями социальной сферы, общественностью и СМИ. Реализация этого механизма призвана обеспечить взаимовыгодное сотрудничество в тактическом и стратегическом плане, совместную деятельность правоохранительных органов и социума. Одной из тенденций является переход к целенаправленному позиционированию ОВД, позволяющему адекватно отвечать требованиям социальной среды. Для решения поставленных задач мы видим необходимость в производстве социальных медиапроектов, направленных на профилактику и правовое просвещение.

Таким образом, объектом нашего исследования выступает деятельность ОВД в коммуникационном пространстве Интернета (в частности, в социальных медиа), направленная на формирование положительного имиджа правоохранительной системы и на профилактику преступлений и правонарушений. Нами проанализированы официальные аккаунты в социальных сетях отделения информации и общественных связей (далее — ОИиОС) управления внутренних дел Витебского облисполкома. Согласно положению «Об отделении информации и общественных связей управления внутренних дел Витебского облисполкома», сотрудники данного подразделения обязаны организовывать информационные мероприятия по формированию положительного имиджа органов внутренних дел и правовому просвещению граждан. При этом основными традиционными методами работы являются встречи в коллективах организаций,

выступления специалистов в СМИ (газеты, телевидение, радио), проведение круглых столов, брифингов и т. д. Темами таких встреч зачастую становятся вопросы безопасного поведения, рекомендации по сохранению имущества, правила поведения в ситуациях совершаемого преступления. Однако наш опыт показывает, что такие методы зачастую малоэффективны, так как затрагивают не все слои населения и носят протокольный характер. Для повышения эффективности работы в вопросах профилактики правонарушений необходим максимальный охват населения, включение всех возрастных категорий с использованием сети Интернет.

С целью оптимизации имиджа ОВД, а также привлечения внимания населения Витебского региона к проблеме роста преступности в сфере высоких технологий (в частности, мошенничества с банковскими картами и платежными системами) в УВД Витебского облисполкома с ноября 2019 года реализуется медиапроект «История обмана». Задачи проекта — недопущение противоправных действий в отношении граждан с использованием реквизитов платежных банковских карт, правовое информирование населения в сфере защиты личных данных. В основе проекта — реальные истории, рассказы потерпевших от противоправных действий, где раскрывается содержание преступных схем, уловки мошенников. Параллельно на экране титрами дублируются основные этапы развития мошеннических действий и рекомендации по поведению в сложившейся ситуации. В конце видеосюжета представлены советы по профилактике такого рода противоправных деяний. Хронометраж каждой из серий проекта — до 3 минут.

Первая серия проекта «История обмана. Как мошенники воруют ваши деньги с банковских карт», которая вышла 27 ноября 2019 года, размещена на площадках YouTube (330 просмотров; здесь и далее статистика приведена по состоянию на 5 мая 2020 г.), в социальных сетях «ВКонтакте» (18914 просмотров, 15 репостов, 39 отметок «Нравится»), Instagram (847 просмотров) и Facebook (624 просмотра, 7 репостов). Кроме официальных групп в социальных сетях УВД Витебского облисполкома, данный видеопроduct был размещен в крупных городских пабликах Витебска в сети «ВКонтакте» «Нетипичный Витебск» (более 45 тыс. подписчиков), «Типичный Витебск» (около 170 тыс. подписчиков).

Вторая серия «История обмана. “Беспроигрышное” онлайн-казино» была выпущена 12 января 2020 года и имеет следующую статистику: на площадках YouTube — 380 просмотров, в сети «ВКонтакте» — 939 просмотров, 2 репоста, 7 отметок «Нравится», в сети Instagram — 553 просмотра, в сети Facebook — 116 просмотров, 2 репоста. Необходимо отметить, что вторая серия проекта не

пользовалась такой популярностью, как первая. Причины снижения заинтересованности аудитории, на наш взгляд, следующие: а) деперсонализация героя истории (лицо скрыто, голос изменен, имя не называется), что вызывает недоверие к персоне и к его повествованию; б) невысокая социальная значимость темы: проблема мошенничества в онлайн-казино не стоит так остро, как преступления с использованием банковских карт.

Кроме профилактических медиапроектов, ОИиОС УВД Витебского облисполкома реализуются сугубо имиджевые проекты, задачами которых является повышение лояльности общества к системе МВД в целом, популяризация службы отдельных подразделений ОВД. Так, сотрудниками ОИиОС совместно с витебским видеоблогером Владиславом Шемардиновым (общее число подписчиков в социальных сетях более 50 тыс.) реализован постановочный медиапроект, освещающий благотворительную акцию, приуроченную к Международному женскому дню 8 марта. Видеоконтент заключался в поздравлении женщин-водителей блогером, одетым в форму сотрудника ГАИ. Готовый видеоролик был опубликован в социальных сетях и на YouTube-канале Владислава Шемардинова и набрал более 100 тыс. просмотров, а также более 200 положительных комментариев. По нашему мнению, такое количество положительных отзывов вызвано тем, что функцию формирования имиджа взял на себя сторонний субъект, не имеющий отношения к ОВД: т. е. не «милиция рассказывает о себе», а «гражданское население говорит о милиции».

Говоря о привлечении лояльной аудитории в официальные аккаунты ОВД, по нашему мнению, необходимо учитывать актуальные для конкретных социальных сетей тренды и новшества. Так, в начале марта 2020 г. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) запустила флешмоб SaveHand («Безопасные руки») для пропаганды самозащиты в связи с пандемией коронавируса COVID-19. Глава ВОЗ доктор Тедрос Гебреисус обратил внимание на важность соблюдения правил личной гигиены в условиях пандемии: он снялся в видеоролике и лично показал, что нужно обрабатывать руки, призвав всех распространять этот видеоролик и публиковать в соцсетях свои видео аналогичного содержания [1]. УВД Витебского облисполкома поддержало флешмоб в официальном аккаунте социальной сети Instagram «Милиция Витебщины». В кадре сотрудники милиции передавали друг другу емкость с антисептической жидкостью и обрабатывали руки. Видеоролик продолжительностью 1,5 мин. был размещен в Интернете 11 апреля 2020 года [2]. Согласно статистике публикации на 5 мая 2020 г., количество показов ролика составило около 2,8 тыс., более 40 % аудитории до этого не были подписаны на официальную страницу УВД Витебского облисполкома. Ролик

набрал 24 комментария, 117 репостов, 21 пользователь добавил его в подборку избранного. Кроме этого, информация о флешмобе SaveHand была распространена на всех республиканских телеканалах, а также в эфире ТРК «Витебск».

При определении профилактического эффекта внедрения мультимедийного контента в социальных сетях установлена корреляция между аудиторным интересом к медиапродукту и динамикой статистики по количеству зафиксированных преступлений по статьям 212 и 209 Уголовного кодекса Республики Беларусь. Так, по статье 212 УК «Хищение путем использования компьютерной техники» с января по ноябрь 2019 года количество преступлений составляло 641, а с ноября 2019 года по январь 2020 года сократилось до 227 фактов. По статье 209 УК «Мошенничество» с января по ноябрь 2019 года количество преступлений составляло 65, а с ноября 2019 года по январь 2020 года сократилось до 24 фактов. Таким образом, активная работа ОВД по созданию и распространению медиапродукции профилактического содержания хронологически совпадает со снижением преступности в данном направлении. По нашему мнению, такая форма общения с гражданами имеет и имиджевый эффект, т. к. в создаваемом видеопродукте милиция позиционируется не в качестве карающего органа, а в качестве института поддержки граждан, гаранта правопорядка.

Таким образом, вопрос формирования имиджа сотрудников ОВД во многом смещается из поля деятельности традиционных СМИ в плоскость применения возможностей интернет-ресурсов. В данной сфере наблюдается переплетение собственно имиджевой и профилактической функции, реализуемой через деятельность ОВД в информационно-коммуникационном пространстве: создание собственного медийного продукта, взаимодействие с аудиторией, внедрение инновационных форматов коммуникации.

1. Глава ВОЗ показал, как правильно мыть руки для защиты от COVID-19 [Электронный ресурс] // RG.ru: информационный портал. URL: <https://rg.ru/2020/03/13/glava-voz-pokazal-kak-pravilno-myt-ruki-dlia-zashchity-ot-covid-19.html> (дата обращения: 07.05.2020). [Вернуться к статье](#)

2. Видеозаписи [Электронный ресурс] // УВД Витебского облисполкома: официальный сайт. URL: <https://vitebsk.mvd.gov.by/ru/media/video> (дата обращения: 07.05.2020). [Вернуться к статье](#)

УДК 316.776.3

С. В. Венідзіктаў

начальнік кафедры сацыяльна-гуманітарных дысцыплін
 Магілёўскага інстытута МУС,
 кандыдат філалагічных навук, дацэнт (Беларусь)

ИНФАРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА VS ИНФДЕМИЯ В ТЕМАТИЧНОМ ПОЛЕ COVID-19

Артыкул прысвечаны аналізу паняцця інфармацыйнай культуры — элемента агульнай камунікатыўнай кампетэнтнасці асобы ва ўмовах «эпідэміі дэзынфармацыі», звязанай з пандэміяй COVID-19 (2020 г.). Разглядаецца індывідуальны ўзровень інфармацыйнай культуры як умова недапушчэння спажывання ілжывай альбо некарэктнай інфармацыі — т. зв. фэйкаў («фальшывых навін»), якія атрымалі распаўсюджанне ў інтэрнэт-прасторы. Прыводзяцца прыклады медыйнай маніпуляцыі ва ўмовах «дэмакратыі шуму», звязанага з тэматыкай каранавіруса, вылучаюцца крытэрыі аднясення навін да ліку «фэйкавых». Абгрунтоўваецца неабходнасць фарміравання ў аўдыторыі кампетэнтнай самастойнай дыягностыкі спажываемага медыяпрадукту, выяўлення фэйкавых паведамленняў як інструменту процідзеяння інфадэміі.

S. V. Venidiktov

Information culture vs infodemia in the COVID-19 thematic field

The article is devoted to the analysis of the information culture concept as an element of the general communicative competence of a person in the context of a “disinformation epidemic” associated with the COVID-19 pandemic (2020). The individual level of information culture is considered as a condition for preventing the consumption of false or incorrect information — the so-called “fakes” (“fake news”), which have spread throughout the Internet. Examples of media manipulation under the “democracy of noise” conditions related to the theme of the coronavirus are given, the criteria for classifying news as fake are highlighted. The necessity of forming the audience’s competencies of self-diagnosis of the consumed media product, identifying fake messages as a tool to counteract infodemia is substantiated.

Звыклія ўяўленні аб інфармацыйнай культуры як кампаненце сістэмы «мяккіх навыкаў» (soft skills) — істотным, але не крытычна важным элеменце агульнай кампетэнтнасці асобы, характарыстыцы агульнага ўзроўню падрыхтаванасці сучаснага спецыяліста — зараз перажываюць імкліваю трансфармацыю. Падобна да таго, як у свой час традыцыйная пісьменнасць перастала быць прывілеем дамінуючых сацыяльных груп, ператварыўшыся ў безальтэрнатыўны фактар існавання асобы, кампетэнтнасць у інфармацыйнай сферы на працягу апошніх дзесяцігоддзяў стала стрыжневым кампанентам індывідуальнай, сацыяльнай, прафесійнай і культурнай актыўнасці індывіда.

Такія тэндэнцыі выкліканыя, па-першае, аб'ектыўным узрастаннем ролі масавай інфармацыі ў сацыяльных працэсах, па-другое, значнымі зменамі ў камунікацыйнай інфраструктуры, па-трэцяе, трансфармацыяй сусветнай інфармацыйнай сістэмы з дапаможнага, спадарожнага ў цэнтральны элемент палітычнай камунікацыі.

Растлумачым наш тэзіс. Першая яго частка заканамерна вынікае са зместу канцэпту інфармацыйнага грамадства, якое стала рэальнасцю, што прадвызначае новы спосаб існавання асобы ў камунікацыйнай прасторы, арганізацыі эканамічнай дзейнасці, функцыянавання адукацыйнай сферы, захавання і перадачы інтэлектуальных і духоўных рэсурсаў. Другая частка сцвярджэння мае на ўвазе стварэнне і ўдасканаленне новага матэрыяльнага асяроддзя (у першую чаргу, камп'ютарнага) для прадукцыравання, тыражыравання, распаўсюджвання, захоўвання інфармацыі. Нарэшце, узаемасувязь інфармацыйнай культуры і палітычнай камунікацыі вынікае з агульнапрызнанага тэзіса аб тым, што ўсе функцыі сучаснай масавай камунікацыі маюць палітычна рэlevantны характар, а сістэма сродкаў масавай камунікацыі (як традыцыйных СМІ, так і новых медыя) шмат у чым здольная замяніць звыклую сістэму палітычнай камунікацыі.

Названыя абставіны дазваляюць перагледзець і само паняцце інфармацыйнай культуры, якое, на наш погляд, мэтазгодна вывучаць на некалькіх узроўнях: індывідуальным, сацыяльным, агульнатэарэтычным (мадэльным). На індывідуальным узроўні інфармацыйная культура з'яўляецца элементам агульнай культуры асобы, які ўключае ў сябе кампетэнцыі ўсвядомленага спажывання, прадукцыравання і распаўсюджвання інфармацыі, а таксама разуменне агульных заканамернасцей функцыянавання сродкаў масавай камунікацыі і сучаснай медыйнай прасторы. Сацыяльнае вымярэнне інфармацыйнай культуры звязана з агульным станам інфармацыйна-камунікацыйнага асяроддзя ў пэўнай супольнасці, рэалізацыяй прынцыпаў сацыяльнай адказнасці ў дзейнасці медыяструктур, эфектыўнасцю функцыянавання сістэмы зваротнай сувязі ў палітычнай сферы. Агульнатэарэтычны ўзровень інфармацыйнай культуры прадугледжвае стварэнне тэарэтычных мадэлей, якія маюць універсальны характар і дазваляюць апісваць актуальны стан камунікацыйнай прасторы.

У межах дадзенай працы нас, у першую чаргу, цікавіць індывідуальны ўзровень інфармацыйнай культуры, а таксама звязаныя з яго развіццём кампетэнцыі індывіда. Да пералічаных вышэй кампетэнцый, на наш погляд, варта дадаць здольнасць да суб'ектыўнай фільтрацыі інфармацыі, асэнсаванага спажывання медыяпрадукту, супрацьстаяння розным формам інфармацыйнай агрэсіі. 2020 год, адзначаны агульнасусветнай барацьбой з распаўсюджваннем

COVID-19, дазволіў казаць пра падобныя кампетэнцыі як пра крытычна важныя для чалавека. Узаемасувязь паміж узроўнем інфармаванасці, дасведчанасці чалавека і яго сацыяльнай актыўнасцю стала як ніколі відавочнай: падзел інфармацыі на рэгулюемую афіцыйную і некантралюемую сеткавую, шырокае распаўсюджванне канспіралагічных тэорый, барацьба камунікацыйных рэсурсаў за лідэрства, актыўнае ўкараненне ў грамадскі дыскурс ілжывых даных і маніпуляцыйных тэхналогій стварылі новую рэальнасць існавання homo communicativus. Найбольшы ўзровень кансалідацыі і падтрымкі супрацьэпідэміялагічных мерапрыемстваў, якія праводзіліся нацыянальнымі ўрадамі, дэманстравалі супольнасці, што характарызуюцца традыцыйна высокім узроўнем камунікатыўнага адзінства (напрыклад, Японія, Паўднёвая Карэя, Сінгапур, Італія і інш.).

Як адзначалася ў справаздачы міжнароднай арганізацыі Human Rights Watch (HRW — «Вартавы правоў чалавека»), сітуацыя з COVID-19 вынесла на глабальны парадак дня пытанне аб захаванні інфармацыйных правоў грамадзян, прычым у шэрагу краін «улады не забяспечылі выкананне права на свабоднае выказванне меркаванняў, ужываючы санкцыі супраць журналістаў і работнікаў аховы здароўя», «у выніку гэта прывяло да абмежавання эфектыўнага інфармавання грамадства аб распаўсюджванні інфекцыі і да падрыву даверу да дзеянняў дзяржавы» (пераклад наш. — С. В.) [1]. Розныя формы маніпуляцыі ўяўляюць сабой стратэгіі стварэння ілжывай інфармацыі, якая прымае форму чутак, плётак, розных відаў неаўтарызаваных звестак, вербальнай агрэсіі [2], што адлюстроўвае распаўсюджванне ў сучаснай палітычнай камунікацыі «пост-праўдзівай» палітычнай культуры (англ. post-truth politics). Дадзенае паняцце, якое апісвае стварэнне ў сродках масавай інфармацыі якасці скажоных даных, было ўведзена ў абарот яшчэ ў 2010 г. публіцыстам Д. Робертсам (ЗША) [3].

У якасці прыкладаў памылковай камунікатыўнай стратэгіі прыводзіцца ўтойванне інфармацыі аб каранавірусе і аб колькасці хворых у Кітаі, несупадзенне афіцыйных і неафіцыйных даных па COVID-19 на фоне страты даверу мясцовымі СМІ ў Іране, судовыя скаргі ў дачыненні да інтэрнэт-рэсурсаў, якія крытыкавалі дзяржаўныя меры па барацьбе з эпідэміяй у Тайландзе, і да т. п. Наадварот, як станоўчы адзначаны вопыт Тайваня ў распаўсюджванні інфармацыі ў рэжыме рэальнага часу, Сінгапура — у мабілізацыі насельніцтва, Італіі — у правядзенні ўрадам агрэсіўнай інфармацыйнай кампаніі па супрацьдзеянні каранавірусу.

Відавочна, што сукупны інфармацыйны прадукт тэматычнага поля COVID-19, які размяшчаецца ў нацыянальных і сусветных СМІ, а таксама

адкрытых інтэрнэт-рэсурсах і каналах у месанджарах, значна пераўзыходзіць здольнасці індывіда да ўсвядомленага спажывання. І ўмовы свабоднага доступу да інфармацыі (або абмежаванне доступу да яе ў ступені, прадугледжанай міжнароднымі стандартамі), а таксама граматычная камунікацыйная палітыка дзяржавы не становяцца фактарамі поўнай рэалізацыі правоў homo communicativus. У такой сітуацыі індывідуальны ўзровень інфармацыйнай культуры асабліва важны як ўмова недапушчэння спажывання ілжывай або некарэктнай інфармацыі — т. зв. фэйкаў (фальшывых навін), якія атрымалі папулярнасць у інтэрнэт-прасторы.

Фэйкам прынята лічыць інфармацыю, якая не адпавядае рэчаіснасці і наўмысна распаўсюджваецца ў медыя з мэтай дэзынфармавання грамадскасці, фарміравання фальшывага ўяўлення аб рэальнай карціне свету, правацыравання неадэкватных форм сацыяльнай актыўнасці шляхам маніпулявання грамадскай думкай (фарміравання «патрэбнага» меркавання). У сакавіку-красавіку 2020 г. у інтэрнэт-асяроддзі пачаўся значны рост колькасці фэйкавых паведамленняў, прысвечаных COVID-19. Напрыклад, у студзені 2020 г. інфармацыйнае агенцтва Sputnik News распаўсюдзіла інфармацыю аб тым, што каранавірус SARS-CoV-2 створаны чалавекам і ўяўляе сабой новы від біялагічнай зброі НАТА. Пазней праз арабскае падраздзяленне Sputnik гэтая інфармацыя была растыражыравана і ў блізкаўсходняй медыяпрасторы, і на іншых рэсурсах (напрыклад, на фэйкавай інтэрнэт-старонцы, нібыта створанай брытанскай вэшчальнай карпарацыяй BBC). Эксперты Цэнтра глабальнага ўзаемадзеяння (GEC — Global Engagement Center) адзначаюць таксама механізм стварэння глабальнай «фэйкавай экасістэмы», дзе ілжывае паведамленне з адной дзяржавы падхопліваецца СМІ іншых краін, тыражыруецца, а затым вяртаецца ў краіну паходжання пад выглядам эксклюзіўнай навіны з-за мяжы [4]. Так, вясной 2020 г. Міністр замежных спраў Кітая на сваёй інтэрнэт-старонцы змясціў рэпост інфармацыі з канадскага рэсурсу канспіралагічнай накіраванасці Global Research, дзе сцвярджалася, што вірус SARS-CoV-2 быў мэтанакіравана завезены ва Ухань амерыканскімі вайскоўцамі падчас Сусветных ваенных гульняў у кастрычніку 2019 г. Пры гэтым публікацыя ў Global Research была не аўтарскай, а ўяўляла сабой перавыданне матэрыялаў міжнароднай кітайскай газеты Global Times, якая выходзіць на англійскай мове.

Яшчэ ў лютым 2020 г. на Мюнхенскай канферэнцыі па бяспецы Сусветная арганізацыя аховы здароўя абвясціла аб небяспецы «масавай інфадэміі» («эпідэміі дэзынфармацыі»), звязанай з недастатковай альбо скажонай інфармацыяй аб вірусах, якая перашкаджае людзям атрымліваць

праўдзівыя дадзеныя і адпаведна ім карэктываваць свае паводзіны: «Фэйкавыя навіны распаўсюджваюцца хутчэй і прасцей, чым вірус. І яны настолькі ж небяспечныя» (пераклад наш. — С. В.) [4]. У цэнтры інфадэміі быў Кітай, краіна, дзе ўпершыню зарэгістравалі выпадкі захворвання. Замацаваўшыся ў масавай свядомасці (шмат у чым дзякуючы Інтэрнэту), вызначэнне «кітайскі вірус» негатыўна адбілася на знешнім іміджы КНР [5]. У сваю чаргу, інтэрнэт-рэсурсы Кітая актыўна абмяркоўвалі тэорыю распацоўкі SARS-CoV-2 ЦРУ ЗША для стрымлівання эканамічнага росту Кітая [6].

У красавіку 2020 г. інтэрнэт-партал EUvsDisinfo.eu, створаны для барацьбы з інфармацыйнай маніпуляцыяй, размясціў матэрыял «Паўтарэнне хлусні не ператварае яе ў праўду» (Repeating a lie does not make it true), у якім былі прааналізаваныя 5 асноўных фэйкавых навін, звязаных з COVID-19: «Вірус створаны ў ЗША», «Еўрасаюз не ў стане супрацьстаяць пагрозе», «Каранавірус не ўяўляе сур'ёзнай небяспекі», «Тое, што адбываецца — частка сакрэтнага плана сусветнай эліты», «Каранавірус, хутчэй за ўсё, быў створаны НАТА» [7]. У матэрыяле адзначана, што толькі за 1 месяц (з пачатку сакавіка да пачатку красавіка 2020 г.) у медыяпрасторы было размешчана 283 фэйкавыя навіны па разглядаемай тэматыцы на англійскай, рускай, арабскай, французскай і італьянскай мовах. Прыкладзём прыклады падобных навін: «ЕС мёртвы, ён кінуў Італію, якой дапамаглі толькі Кітай, Расія і Куба» (RT France, 1 красавіка 2020 г.), «Цынк забівае COVID-19» (RT Web Arabic, Aljournhouria, Dearborn, Alwatanvoice, Al-vefagh і інш., 3 красавіка 2020 г.), «Мутацыя каранавірусу выклікана распаўсюджваннем мабільных сетак 5G» (CZ Sputnik, 21 траўня 2020 г.), «Вакцыны не лечаць; іх вытворчасць — частка кампаніі па ўсталяванні новага сусветнага парадку» (Southfront.org, 24 траўня 2020 г.), «Беларуская апазіцыя плануе генацыд праз перададзеныя Пампеем і прафінансаваныя Сорасам тэсты на каранавірус» (Vitbich.org, 23 траўня 2020 г.), «Пандэмія COVID-19 была часткай плана эканамічнай вайны супраць Кітая, якая дала адваротны эфект» (NewsFront Spanish, 25 траўня 2020) і да т. п. Адзначым таксама праграму «Fake News: выкрыццё прапаганды», якая выходзіць на незалежным расійскім тэлеканале «Дождж». Аўтары Fake News аналізуюць прыклады дэзынфармацыі ў медыяпрасторы («Мы бярэмся за цяжкую працу — адсочваць галоўныя інфармацыйныя праграмы, каб зразумець, што нам хочучь унушыць праз маніпуляцыі лічбамі, словамі і відэакадрамі» (пераклад наш. — С. В.) [8]).

Ва ўмовах інфармацыйнай перагрузкі (якой з'яўляецца «дэмакратыя шуму», звязанага з тэматыкай каранавіруса) аўдыторыі, што не валодае належным узроўнем інфармацыйнай культуры, становіцца праблематычным

вызначаць, якія з прадстаўленых у Сеціве навін з'яўляюцца праўдзівымі, а якія маюць маніпулятыўны характар. Таму асаблівую актуальнасць набывае наяўнасць у грамадзян навыкаў самастойнай дыягностыкі спажываемага медыяпрадукту, выяўлення ў яго структуры прыкмет, якія дазваляюць аднесці тую ці іншую навіну да фэйкавай, дэзынфармацыйнай. Да ліку найбольш агульных крытэрыяў вызначэння дэзынфармацыі (фэйкавых навін) могуць быць аднесены наступныя:

1. Адсутнасць спасылак на першакрыніцу інфармацыі, выкарыстанне ананімных, нефармальных крыніц (напрыклад, «На ўмовах ананімнасці супрацоўнікі адной з клінік Мілана паведамілі, што...», «Група аўтарытэтных навукоўцаў-эпідэміёлагаў, якія праводзяць даследаванне ў ЕС, высветліла рэальную прычыну распаўсюджвання віруса», «Супрацоўнік МУС да таго, як быў затрыманы, паспеў перадаць нам інфармацыю... Імя супрацоўніка мы не маем права абвясчаць, бо гэта нясе пагрозу яго жыццю» і да т. п.). Часта ў дачыненні да падобнай інфармацыі паняцце аўтарства як такога не ўжываецца. У гэтай сувязі аўдыторыі рэкамендуецца ўважліва падыходзіць да выбару крыніц атрымання навін: рэдакцыйная палітыка буйных вясчальнікаў узроўню BBC альбо Euronews абавязвае старанна правяраць любыя навіны да выхаду ў эфір ці размяшчэння на інтэрнэт-сайце (што, аднак, не з'яўляецца гарантыяй сапраўднасці інфармацыі).

2. Акцэнт на тым, што важная інфармацыя хаваецца ад аўдыторыі афіцыйнай уладай альбо іншымі зацікаўленымі суб'ектамі, дзеянні якіх накіраваны супраць інтарэсаў грамадства (напрыклад, «Разглядаемы ў парламенце законапраект, па словах экспертаў, накіраваны на ўзмацненне пазіцый дзяржаўных карпарацый і ўшчамленне правоў сярэдняга бізнесу», «Улада бяздзейнічае, а праблема прымае пагрозлівыя маштабы», «Рэальная колькасць інфіцыраваных, відавочна, пераўзыходзіць афіцыйныя лічбы ў дзясяткі разоў і не называецца»).

3. Наяўнасць аўдыявізуальнай інфармацыі, якая ў ізаляцыі ад кантэксту і каментарыяў не звязаная з абмяркоўваемай праблемай і можа дапускаць супярэчлівыя трактоўкі ў залежнасці ад мэты маніпулятара (напрыклад, кадры пустых паліц у невялікай краме могуць прывесці аўдыторыю да думкі аб харчовым крызісе ў маштабах краіны, а фатаграфія з палаты аддзялення інтэнсіўнай тэрапіі здольная падштурхнуць да думкі аб няздольнасці сістэмы аховы здароўя забяспечыць неабходнай дапамогай усіх, хто мае ў тым патрэбу).

4. Апеляцыя да эмоцый аўдыторыі без звароту да канкрэтных даных, колькасных і / ці якасных характарыстык з'явы (напрыклад, «Гэта пагроза, якой не пазбегнуць нікому», «Велізарная колькасць пенсіянераў апынецца пад

пагрозай у выніку рэформы», «Хутка золатавалютныя запасы ў краіне скончацца» і да т. п.).

Прыватным выпадкам такога інструменту маніпуляцыі з'яўляецца выкарыстанне «крыклівых» загаловаў (т. зв. «клікбейт» — англ. *clickbait* ад *click* — «шчаўчок» + *bait* — «прыманка»), якія прыцягваюць увагу аўдыторыі і павялічваюць шанцы інфармацыі быць успрынятай (напрыклад, «Ты не паверыш: лекі ад СНІДу растуць у звычайным агародзе!», «Ванга прадказала каранавірус», «COVID-19 — біялагічная зброя», «Глабальны ліберальны свет бурыцца», «Шэнгенская зона памірае» і да т. п.). Першапачаткова створаны для дасягнення рэкламных мэт, зараз клікбейт выкарыстоўваецца не толькі як інструмент дэзынфармавання, але і як сродак для распаўсюджвання ў Інтэрнэце шкоднаснага праграмнага забеспячэння або здзяйснення ашуканскіх аперацый: «У выніку пераносу гэтага тыпу загалова на іншыя віды медыйных тэкстаў <...> пашыраюцца магчымасці онлайн-выданняў, якія валодаюць для гэтай задачы патрэбнымі тэхнічнымі сродкамі і забяспечваюць дасягненне стратэгічнай мэты: прамывання мазгоў, замбіравання людзей і стварэння феномена заражэння натоўпу, уключаючы з'яву масавага псіхозу» (пераклад наш. — С. В.) [9, с. 57]. Клікбейт, аднак, лёгка распазнаць пры наяўнасці нават мінімальнага ўзроўню інфармацыйнай кампетэнтнасці па наступных прыкметах: а) інтрыгуючы характар; б) выкарыстанне займеннікаў другой асобы («ты», «вы»), якія ствараюць ілюзію дыялогу з рэцыпіентам; в) выкарыстанне знакаў мадальнасці (клічныя і пыталыныя знакі, шматкроп'е); г) гіпербалізацыя і залішнія эпітэты; д) спасылкі на шакіруючыя фатаграфіі і анонсы; е) абяцанне простага атрымання выгады, прыбытку, лёгкага заробку праз доступ да эксклюзіўнай інфармацыі, схаванай ад звычайнага чалавека [10].

Агульнымі мэтамі распаўсюджвання фэйкавых навін, якія цыркулююць у палітычным дыскурсе, згодна з пазіцыяй амерыканскага палітолага Дж. Міршэймера, з'яўляюцца: а) утойванне праўды альбо прадудцыраванне інфармацыі, якая не адпавядае рэчаіснасці; б) атрыманне палітычных выгод або канкурэнтных пераваг, стратэгічнае ўтойванне сапраўдных мэт міждзяржаўнай дзейнасці [11]. З гэтага пункта гледжання скажэнне інфармацыйнай карціны рэчаіснасці з'яўляецца непазбежнай з'явай, а назіраемая ў 2020 г. інфадэмія, звязаная са спекулятыўным выкарыстаннем тэматычнага поля COVID-19 — аб'ектыўным следствам актуальнага стану глабальнай медыясферы. Іншымі словамі, адказ на пытанне «Ці магло быць інакш?» гучыць адназначна адмоўна.

Згаданыя ў артыкуле працэсы, якія адбываюцца ў сучаснай камунікатыўнай прасторы, а таксама тэндэнцыі выкарыстання інфармацыйных рэсурсаў у мэтах атрымання палітычнай, эканамічнай ці ідэалагічнай выгады,

фактычнай легалізацыі маніпулятыўных тэхналогій у якасці інструменту канкурэнцыі патрабуюць актуалізацыі існуючых медыяадукацыйных праграм і перагляду падыходаў да іх зместу. Інфармацыйная грамаднасць як мэта медыяадукацыі і адзін з арыенціраў агульнагуманітарнай падрыхтоўкі асобы, на наш погляд, можа быць сфарміравана на масавым узроўні толькі ва ўмовах узаемадзеяння адукацыйнага і навуковага асяроддзя, палітычных інстытутаў, структур грамадзянскай супольнасці і, што асабліва важна, прафесійных і незалежных СМІ, накіраваных на распаўсюджванне аб'ектыўнай інфармацыі і развіццё кампетэнтнасці сваёй аўдыторыі.

1. COVID-19 и права человека [Электронный ресурс] // Human Rights Watch : официальный сайт организации. URL: <https://www.hrw.org/ru/news/2020/04/01/340211> (дата обращения: 07.04.2020). [Вернуться к статье](#)

2. Иванова С. В., Чанышева З. З. Технологии дискурсивного оформления слухов в политическом дискурсе массмедиа // Политическая лингвистика. 2014. № 2 (48). С. 39–49. [Вернуться к статье](#)

3. Roberts, D. Post-truth politics [Electronic source] // Grist.org: e-magazine. URL: <http://grist.org/article/2010-03-30-post-truth-politics/> (date of access: 23.03.2020). [Вернуться к статье](#)

4. Фейки о коронавирусе: как COVID-19 стал «биологическим оружием» [Электронный ресурс] // Сайт издания «Deutsche Welle». URL: <https://www.dw.com/ru/фейки-о-коронавирусе-как-covid-19-стал-биологическим-оружием/a-52981908> (дата доступа: 10.04.2020). [Вернуться к статье](#)

5. Пекин возмутился названием «китайский вирус» для COVID-19 [Электронный ресурс] // Сайт газеты «Известия». URL: <https://iz.ru/983098/2020-03-04/v-kitae-vozmutilis-nazvaniem-kitaiskii-virus-dlia-covid-19> (дата обращения: 14.04.2020). [Вернуться к статье](#)

6. China's rulers see the coronavirus as a chance to tighten their grip [Electronic source] // The Economist Newspaper. URL: <https://www.economist.com/china/2020/02/08/chinas-rulers-see-the-coronavirus-as-a-chance-to-tighten-their-grip> (date of access: 09.04.2020). [Вернуться к статье](#)

7. Repeating a lie does not make it true [Electronic source] // EUvsDisinfo.eu : database. URL: <https://euvsdisinfo.eu/repeating-a-lie-does-not-make-it-true/> (date of access: 09.04.2020). [Вернуться к статье](#)

8. Fake News [Электронный ресурс] // Телеканал «Дождь»: официальный сайт. URL: https://tvrain.ru/teleshov/fake_news/ (дата доступа: 10.04.2020). [Вернуться к статье](#)

9. Чанышева З. З. Информационные технологии смысловых искажений в кликбейт-заголовках // Вестн. Перм. нац. исследовательского политехнического ун-та. Проблемы языкознания и педагогики. 2016. № 4. С. 54–62. [Вернуться к статье](#)

10. The Art of Clickbait [Electronic source] // SOMIIBO : Social Media Automation and growth service. URL: <https://somiibo.com/blog/the-art-of-clickbait/> (date of access: 10.04.2020). [Вернуться к статье](#)

11. Mearsheimer J. J. Why Leaders Lie. The Truth about Lying in International Politics [Electronic source] // Ebooks-share.net: electronic library. URL: <http://www.ebooks-share.net/whyleaders-lie-the-truth-about-lying-in-international-politics/> (date of access: 15.02.2020). [Вернуться к статье](#)

УДК????

В. В. Демидко

*старший преподаватель кафедры общей
и профессиональной педагогики*

УО «Республиканский институт профессионального образования»

ВИДЕО ТИКТОК КАК НОВЫЙ ФОРМАТ ОБУЧАЮЩЕГО ВИДЕО

В статье охарактеризованы основные особенности приложения TikTok, а также особенности использования данного приложения в образовательном процессе. Приведены примеры использования приложения TikTok в обучении. Описаны изменения коммуникации в сети Интернет от «ЖЖ» к TikTok. Охарактеризованы возможности создания обучающего видео для TikTok.

V. V. Dziamidko

Video TikTok as a new format of videos for education

TikTok is the destination for short-form mobile videos. It was created in 2017. And today it is a popular application among young people aged 16–24. Average users spend about 52 minutes per day on TikTok. Herbert Marshall McLuhan, media theorist, wrote «the medium is the message». And the TikTok is changing communication on the Internet today. In LJ, users wrote long texts (LJ is a blog platform that was popular in Runet in the 2000s), then texts on social networks are shorter, images have appeared (memes, demotivators and etc). With the advent of TikTok static images massively become dynamic (from photo to video). The video in the TikTok has its own characteristics. And the main feature is a short and very dynamic video. Today there is a hash tag #EduTok. And today, teachers should try to use TikTok in the learning process. In the TikTok teachers can do mini video tutorials. TikTok video is also good using for remembering new rules or foreign words.

TikTok — это приложение, предоставляющее возможность всем его пользователям создавать короткие видеоролики и делиться этими видеороликами с другими пользователями данного приложения. Приложение TikTok было создано китайской компанией ByteDance в 2017 году. На сегодняшний день представительства TikTok находятся в Лос-Анджелесе, Нью-Йорке, Лондоне, Париже, Берлине, Дубае, Мумбаи, Джакарте, Сеуле и Токио. В самом Китае TikTok известен как «Доуинь». «Доуинь» — это версия TikTok для внутреннего китайского Интернета. Согласно действующим в Китае цензурным ограничениям TikTok и «Доуинь», хоть и являются по своей сути одним и тем же приложением, работают на отдельных серверах.

В течение двух лет с даты своего основания в 2017 году приложение TikTok стало популярным во всем мире. Так, по данным за 2019 год «за два го-

да TikTok вышел на рынки 155 стран, а осенью 2018-го даже стал самым скачиваемым приложением в США» [1]. Есть свои особенности и у аудитории TikTok — это в основном школьники старших классов и студенты. Отмечается, что «процент пользователей TikTok в возрасте от 16 до 24 лет феноменален — 42 %» [1]. При этом «среди этих пользователей TikTok 90 % говорят, что используют приложение ежедневно» [2]. Высока и вовлеченность пользователей. Так, по данным за июль 2018 года, «пользователи TikTok тратят на приложение в среднем 52 минуты в день» [3]. В России, по данным за 2019 год, «пользователи просматривали 16,25 млрд и размещали 20,83 млн видео; делились 23 млн и ставили лайки 1,62 млрд видео» [4].

Как писал теоретик медиа М. Маклюэн в своей работе «Понимание Медиа: внешние расширения человека», «медиа — это и есть сообщение» [5]. То есть сами медиа, как посредники, как средства передачи информации, как средства передачи того или иного сообщения от одного пользователя к другому, накладывают свой отпечаток на передаваемое ими сообщение. Как в свое время, например, Instagram, так и в данный момент TikTok создает новую стилистику подачи информации или же передачи сообщений от одного пользователя к другому. Также М. Маклюэн отмечал, что «каждый новый медиум изменяет физические и социальные координаты существования человека, стремясь преодолеть границы и предшествующие стандарты культуры» [5]. Так, М. Маклюэн выстраивал следующую цепочку последовательности медиумов (посредников) — устная речь, письменная речь, колесо и дороги, числа, одежда и так далее. От самого простого — устная речь — к фотографии, печатной прессе, рекламе, радио и телевидению. Причем, согласно М. Маклюэну, медиа свойственна гибридизация, то есть появление на основе двух уже существующих медиа нового. Например, таким гибридом является кинематограф. «Гибрид или сочетание двух медиа есть момент истины и откровения, рождающий новые формы...», — писал М. Маклюэн [5]. Он отмечал и усиление коммуникативной функции при переходе от одного медиа к другому, например, от романа к кино.

Следовательно, приложение TikTok на своем локальном уровне также является изменением в коммуникации, в данном случае в сети Интернет. Так, например, во времена «ЖЖ» (LiveJournal) коммуникация осуществлялась преимущественно через текст, как текст самих постов (записей), так и комментариев к ним. «ЖЖ» (LiveJournal) — это блог-платформа, популярная в Рунете в 2000-е годы. В 2007 году аналитическое издание «РБК daily» писало: «Всемирно известный блог-портал «Живой журнал» в России вообще стал настоящим феноменом. Из серии личных дневников он превратился в целую социальную и

интеллектуальную среду, которая затрагивает очень обширные сферы интересов людей. Кроме того, на данный момент это ещё и одно из самых быстрых и читаемых средств массовой информации. По нашим данным, ежемесячно ЖЖ читают около 9 млн человек при полутора миллионах зарегистрированных пользователей» [6].

С появлением социальных сетей (Facebook, «ВКонтакте», «Одноклассники») большие тексты, которые свойственны были «ЖЖ», становятся все более короткими, в социальных сетях начинает преобладать визуальная подача информации — фотографии, демотиваторы, картинки-мемы. Instagram, приложение, которое появилось в 2010 году, также визуально, однако фотографии — это все еще статичное изображение. А вот TikTok — это уже динамическое изображение (видео).

Стоит отметить, что по характеру воздействия медиа на аудиторию, взаимодействующую с данными медиа, М. Маклюэн выделял «горячие» и «холодные» медиа. Особенность «холодных» медиа — это низкая наполненность данными, но при этом высокая степень участия аудитории (взаимодействия аудитории с данными медиа), так как ей приходится самостоятельно «достраивать» недостающее. Особенность же «горячих» медиа — высокая наполненность данными, однако при этом меньшее взаимодействие с аудиторией. Так, например, лекция — это «горячие» медиа, а вот семинар — «холодные». Относительно TikTok можно предположить, что данное приложение является «холодным» медиа, так как оно насыщено данными, однако взаимодействие аудитории с данным приложением ограничено лишь возможностью поставить «лайк» или же написать небольшой комментарий.

Следовательно, используя приложение TikTok в учебных целях, следует помнить о том, что оно близко по своим функциям к лекции (видеолекции), но никоим образом не к семинару. Исходя из своих особенностей, приложение TikTok подходит для фронтальной, но не для коллективной (групповой) формы обучения. Например, при помощи TikTok можно организовать работу по изучению нового материала как в виде мини-видеолекций и мини-видеоуроков, так и в виде небольших видео, нацеленных на запоминание новых слов или правил. Например, изучение и запоминание новых английских слов через песни, оформленное в виде коротких видео на TikTok.

Особенности приложения TikTok:

- короткие видео (от 15 до 60 секунд);
- возможность добавлять в качестве звуковой дорожки к видео известные мелодии или цитаты из фильмов, выступлений комиков и т. д.;

– возможность добавлять в видео небольшие текстовые вставки (одно-два-три слова или фразы);

– повышенная динамичность видео (действия в кадре или сами кадры чередуются достаточно быстро).

Как видно из выше перечисленного TikTok не случайно сравнивают с гипножабой. Гипножаба — это персонаж из мультфильма «Футурама», который способен гипнотизировать зрителей взглядом и странным звуком.

В июне 2019 года в приложении TikTok появился хэш-тег #EduTok. И TikTok также начал сотрудничество с ведущими образовательными технологическими компаниями, такими как Vedantu, Vidya Guru, Hello English, SETKing и Testbook, для поощрения создания образовательного контента [7]. Но также и сами преподаватели пробуют работать в TikTok, создавая короткие обучающие видео в новом формате. Например, уже сегодня в TikTok можно найти обучающие видео по иностранным языкам (английский язык, корейский язык), по рисованию и т. д.

Большим плюсом TikTok является выдача всех новых видео, в том числе от новых пользователей, в общую ленту рекомендаций. Если в социальных сетях вы просматриваете видео от тех людей, на которых вы подписаны, то в TikTok вы можете смотреть видео как от тех людей, на которых вы подписались, так и видеорекомендации по вашему региону в целом.

Таким образом, на сегодняшний день TikTok является новой молодежной быстроразвивающейся платформой, потенциал которой уже сегодня оценили маркетологи. И преподавателям, возможно, также стоит обратить свое внимание на данное приложение как новый формат использования видео в учебном процессе.

1. Время TikTok [Электронный ресурс] // Журнал Большой. 2019. URL: https://bolshoi.by/world/vremya-tiktok/?fbclid=IwAR0XJAKLvJAXPacSqDHtzC2eAURIh4ZDNS_Qjftm7kOO4qAXjK1J8XxZI3c (дата обращения: 09.04.2020). [Вернуться к статье](#)

2. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Г. Николаева. М. : Гиперборея ; Кучково поле, 2007. 464 с. [Вернуться к статье](#)

3. TikTok раскрыл данные по просмотрам в России [Электронный ресурс]. URL: <https://rb.ru/news/tiktok-video> (дата обращения: 09.04.2020). [Вернуться к статье](#)

4. Царегородцева И. ЖЖ и «Одноклассники» заменяют семью // РБК daily [Электронный ресурс]. 2007. URL: <https://web.archive.org/web/20080116032109/http://www.rbcdaily.ru/2007/12/27/focus/311704> (дата обращения: 09.04.2020). [Вернуться к статье](#)

5. 10 TikTok Statistics That You Need to Know in 2020 [Электронный ресурс] // Oberlo. 2019. URL: <https://www.oberlo.com/blog/tiktok-statistics> (дата обращения: 09.04.2020). [Вернуться к статье](#)

6. 20 TikTok Stats for Marketers: TikTok Demographics, Statistics, & Key Data [Электронный ресурс] // Mediakix. 2019. URL: <https://mediakix.com/blog/top-tik-tok-statistics-demographics> (дата обращения: 09.04.2020). [Вернуться к статье](#)

7. TikTok ties up with edtech startups for content creation — ETtech [Электронный ресурс] // ETtech.com. 2020. URL: <https://tech.economictimes.indiatimes.com/news/internet/tiktok-ties-up-with-edtech-startups-for-content-creation/70991509> (дата обращения: 09.04.2020). [Вернуться к статье](#)

УДК 070(410+297) + 94(410)''20''

А. Е. Игнатович

*доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин
Могилевского института МВД,
кандидат исторических наук (Беларусь)*

ОТНОШЕНИЕ СМИ К МУСУЛЬМАНСКОЙ ОБЩИНЕ В ВЕЛИКОБРИТАНИИ (2001–2011 гг.)

В статье рассматриваются особенности отношения СМИ к мусульманской общине в Великобритании в 2001–2011 гг. Активизация прессы в освещении этой темы связана с терактами 2005 г. в Лондоне, парламентскими выборами в 2010 г., заявлением об отказе от политики мультикультурализма в 2011 г. Британские мусульмане становились заложниками отрицательного медиаобраза, ассоциируясь с радикализмом. При этом беженцы-мусульмане были представлены крайне негативно. Материалы СМИ, даже не будучи направленными против мусульман и ислама, по своему характеру способствовали развитию исламофобии в принимающем обществе.

A. E. Ignatovich

The attitude of the media to the muslim community in the UK (2001–2011)

The article discusses the features of the attitude of the media to the Muslim community in the UK in 2001–2011. The activation of the press in covering this topic is connected with the 2005 terrorist attacks in London, the parliamentary elections in 2010, the statement about the rejection of the multiculturalism policy in 2011. British Muslims became hostages of a negative media image, being associated with radicalism. At the same time, Muslim refugees were represented extremely negatively. Information about the positive results of Muslim integration was virtually absent. Media materials, even without being directed against Muslims and Islam, by their nature aroused a sense of threat and contributed to the development of Islamophobia in the host society.

Такие проблемы, как религиозный фундаментализм, исламский терроризм и интеграция мусульманских меньшинств в британское общество, получили беспрецедентное внимание со стороны СМИ после событий 11 сентября 2001 г. в США и 7 июля 2005 г. в Великобритании. Цель данной статьи — определить особенности отношения СМИ к мусульманской общине в Великобритании в 2001–2011 гг. Верхняя граница обусловлена заявлением Главы Правительства Великобритании в 2011 г. об отказе от политики мультикультурализма, определяющей контекст развития мусульманской общины в конце XX — начале XXI в.

Обзор, проводимый газетой «Гардиан» в 2001 г., чтобы отметить начало Недели понимания ислама, показал, что две трети людей получают свою информацию о мусульманах от СМИ, а не из личного опыта [1]. Однако не стоит и преувеличивать роль СМИ, как это сделано, например, Ф. Плещуновым [2]. Некоторые британские исследователи вообще считают, что разговоры об «исламском терроризме» глубоко бесполезны и должны быть оставлены как предмет политической и академической дискуссии [3]. Не в последнюю очередь потому, что выпячивание этой темы разрушительно для отношений внутри общества и не эффективно в борьбе с террористическим насилием в будущем.

Но замалчивание нередко приводит к обратному эффекту. Очевидно, что необходимо повышение ответственности во взаимоотношениях — как со стороны принимающего общества, так и со стороны мусульманских сообществ. В Парламенте Великобритании в 2006–2007 гг. обсуждалась ответственность журналистов в освещении вопросов убежища и беженцев в целях обеспечения практического руководства, «как профессиональные журналисты должны выполнять свои обязанности в деле удовлетворения общественного интереса и беспокойности. Мы подчеркиваем, что такое руководство не должно незаконно ограничивать свободу слова или свободу прессы» [4, р. 105].

Р. Гринслейд в своем исследовании 2005 г. подчеркивает, что «рассматривая проблему в перспективе, мы должны видеть ее решение не только в попытке изменить повестку дня СМИ, но также и в попытке изменить мышление их аудитории» [5, р. 29]. Отмечают, что после взрывов 2005 г. в Лондоне британская пресса проявила ответственность в освещении событий: была дана возможность высказаться умеренному мусульманскому большинству и мусульманским жертвам нападений [6]. Но беженцы — это иной вопрос: «Не было никакой попытки различить крошечное число безумных людей и подавляющее большинство претендентов на получение политического убежища» [6]. Р. Гринслейд подчеркивает, что «пресса может говорить о претендентах на получение политического убежища так, как теперь никогда не смели бы говорить об иммигрантах или, скажем, чернокожих» [5, р. 8]. Великобритания дала убежище многим исламским фундаменталистам, подозреваемым в терроризме во всем мире, — об этом написала в 2003 г. «Санди Телеграф» [7]. «Лидеры радикальных исламских партий, клерикалы, проповедующие святую войну, воины “джихада” в Афганистане, Алжире и Чечне и невинные беженцы были пойманы в перекрестном огне: все нашли убежище на наших берегах» [8], — написал «Обсервер» после терактов 7 июля 2005 г., выделив именно радикалов. Возможно, Великобритания заплатила за свою сверхлиберальную позицию по политическим беженцам из исламского мира [9]. Но причина ли это для того,

чтобы отказываться в убежище вообще или предвзято относиться ко всем беженцам? Беженцы и ищущие убежища чувствовали в данный период, что они представлены СМИ как террористы, и связывают именно этот факт с проблемами своей безопасности [10, p. 24].

Нередко информационным поводом для активности СМИ становится статистика. Резонансными в условиях повышенного интереса к теме мусульман Британии стали данные о самых распространенных именах. По мнению обозревателя «Гардиан» Х. Маира, реакцию определила политика конкретных СМИ [11]: «Дэйли Мэйл» и «Дэйли Телеграф» посчитали необходимым объединить различные варианты написания имени пророка (Mohammed/Muhammed/Mohamed) и заявили, что имя Мухаммед — самое распространенное в Великобритании имя для новорожденного. Так собственноручно была создана сенсация. При этом «Таймс» и «Индепендент» упрямо отстаивали формальное первенство типично британского имени Оливер. А в 2011 г. «Таймс» опубликовала данные прогноза американских исследователей: численность мусульман в Великобритании, как ожидают, увеличится с 2,9 до 5,6 миллионов за следующие 20 лет [12]. Никаких комментариев издание не давало, не предоставляло альтернативных данных для критического анализа.

Выделим журналистов ведущих печатных изданий Британии, репортажи которых наиболее часто оказывались в результатах запроса «мусульмане в Британии» («Muslims in Britain») в электронной полнотекстовой базе данных Pro Quest за 2001–2011 гг.

М. Брайт из «Нью Стэйтсман» был критически настроен в отношении подходов лейбористского правительства, упрекая в непродуманной политике, ориентируясь на вопросы безопасности принимающего общества [13–18]. При этом З. Сардар из того же издания поддерживал сопротивление исламизму, общественно-политическую активность молодых мусульман, которые выстраивали свою собственную индивидуальную идентичность на основе ислама, но в контексте реалий принимающего общества, скептически относился к деятельности лидеров мусульманских организаций, явно ратуя за активность государства в этих вопросах [19–21]. М. Таунсэнд из «Обсервер» отметил материалами о росте популярности крайне правых идей в британском обществе на фоне антиисламских настроений [22–24]. Н. Кохен не только эмоционально обвинял правительство в том, что оно закрывает глаза на радикалов, которые финансируются из Саудовской Аравии, но и откликнулся на факт использования А. Брейвиком, совершившим взрыв и массовое убийство в Норвегии летом 2011 г., в своем манифесте цитат из «Дэйли Телеграф» и других представительных консервативных газет [25–27]. Действительно, Дж. Киркап из «Дэйли Те-

леграф» нередко обострял тему террористической исламской угрозы и скептически относится к попыткам мусульман защищаться [28–30]. С. Рэйд из того же издания бросал прямые обвинения в экстремизме, отсталости и фанатизме мусульманам [31–33]. Т. Росс, публикующий свои материалы в «Дэйли Телеграф» и «Ивнинг Стэндарт», поддерживал тон коллеги и даже оправдывал использование антитеррористической программы США в Великобритании [34–36], что можно было бы воспринять как вмешательство в дела суверенного государства. Д. Леппард из «Санди Таймс» поддерживает консерваторов в проведении более жесткой политики в отношении мусульманских радикалов [37; 38]. Материалы Дж. Тэйлора из «Индепендент» нередко имели броские заголовки, но позволяли увидеть неожиданные стороны взаимоотношений британского принимающего общества с исламом [39–42]. Х. Маир из «Гардиан» наиболее взвешенно и критически освещал факты, связанные с мусульманами в Британии, отношение к ним принимающего общества [43; 44; 11].

Такое сочетание качественных и количественных методов при работе с Pro Quest дает возможность оценить широкий спектр отношений СМИ к теме ислама в Великобритании и его изменчивость в зависимости от стратегии политических сил, чьи интересы отстаивает отдельное издание. Бесспорно, для более глубокого анализа потребуются иные инструменты, однако в статье не ставится такая цель (действенным методом можно назвать контент-анализ газетных и журнальных статей). Стоит отметить, что все вышеперечисленные материалы были опубликованы после взрывов в Лондоне летом 2005 г. Материалы 2001–2005 гг. немногочисленны, значительно более умеренны в своих оценках и не вызывали широких общественных дискуссий. Наибольшее количество таких публикаций приходится на 2010 г., который стал годом очередных парламентских выборов. Данный факт можно объяснить изменением в стратегиях основных политических партий Соединенного Королевства, которые начали в этот период более открыто использовать мусульманский фактор в политических дебатах.

Таким образом, активизация прессы в освещении темы британских мусульман приходится на время после взрывов в Лондоне летом 2005 г. Пик таких публикаций связан с парламентскими выборами в 2010 г.: можно говорить о политической ангажированности СМИ. Ответственность прессы в отношении мусульманского присутствия в Соединенном Королевстве бесспорна. Но это не может быть основанием для ограничения свободы слова (последний тезис особенно актуален для Британии — государства с развитой либеральной традицией). Выходцы из стран традиционного распространения ислама становились заложниками медиаобраза, который сложился в отношении ислама. Внимание

прессе чаще всего было сконцентрировано на теме исламского радикализма, практически отсутствовала информация о положительных результатах интеграции мусульман. При этом такая их категория, как претенденты на убежище и беженцы в Соединенном Королевстве, была представлена резко негативно. Материалы СМИ, зачастую не будучи напрямую направленными против мусульман и ислама, тем не менее по своему сенсационному характеру пробуждали ощущение угрозы и способствовали развитию исламофобии в принимающем обществе.

1. Britain after September 11: Special reports [Electronic resource] / Guardian Unlimited. 2001. URL: <http://www.guardian.co.uk/religion/muslim/0,,739179,00.html> (date of access: 05.11.2007). [Вернуться к статье](#)
2. Плещунов Ф. Мусульмане Великобритании: поиск новой идентичности // Азия и Африка сегодня. 2008. № 10. С. 16–21. [Вернуться к статье](#)
3. Jackson R. Religion, Politics and Terrorism: A Critical Analysis of Narratives of “Islamic Terrorism”. Manchester : Centre for International Politics, 2006. 22 p. [Вернуться к статье](#)
4. The Treatment of Asylum Seekers: Tenth Report of Session 2006–07: Vol. I Report and formal minutes. London : The Stationery Office Limited, 2007. 130 p. [Вернуться к статье](#)
5. Greenslade R. Seeking Scapegoats: The coverage of asylum in the UK press: Asylum and Migration Working Paper, 5. London : Institute for Public Policy Research, Joseph Rowntree Charitable Trust, 2005. 40 p. [Вернуться к статье](#)
6. Hari J. It's not just bombs. We should also fear what we are doing to our country // The Independent. 2005. Jul 29. P. 43. [Вернуться к статье](#)
7. Palmer A. We have made a paradise for terrorists in our own backyard // The Sunday Telegraph. 2003. May 4. P. 23. [Вернуться к статье](#)
8. Bright M., Harris P. The London Bombs: UK Policy // The Observer. 2005. Jul 17. P. 17. [Вернуться к статье](#)
9. Phillips M. Come to Londonistan, our refuge for poor misunderstood Islamist victims // The Times. 2006. June 6. P. 21. [Вернуться к статье](#)
10. Rudiger A. Prisoners of Terrorism? The impact of anti-terrorism measures on refugees and asylum seekers in Britain: A Refugee Council Research Report. Oxfam : Refugee Council, 2007. 46 p. [Вернуться к статье](#)
11. Muir H. When Oliver met Mohammed // The Guardian. 2010. Nov 3. P. 10. [Вернуться к статье](#)
12. Muslim population expected to double // The Times. 2011. Jan 28. P. 25. [Вернуться к статье](#)
13. Bright M. Chaos over the biggest issue of our time // New Statesman. 2006. Vol. 135, Iss. 4797. P. 10. [Вернуться к статье](#)
14. Bright M. Learning the Islam lessons // New Statesman. 2007. Vol. 136, Iss. 4848. P. 12–14. [Вернуться к статье](#)
15. Bright M. Radical Islam: ministers get the message // New Statesman. 2007. Vol. 136, Iss. 483. P. 10–13. [Вернуться к статье](#)

16. Bright M. So very unprofessional // New Statesman. 2007. Vol. 136, Iss. 4856. P. 10–12. [Вернуться к статье](#)
17. Bright M. The task force was a sham // New Statesman. 2006. Vol. 135, Iss. 4799. P. 30–32. [Вернуться к статье](#)
18. Bright M., Harris P. The London Bombs: UK Policy // The Observer. 2005. Jul 17. P. 17. [Вернуться к статье](#)
19. Sardar Z. Can British Islam change? // New Statesman. 2006. Vol. 135, Iss. 4799. P. 34–37. [Вернуться к статье](#)
20. Sardar Z. Fifteen minutes of Muslim fame // New Statesman. 2007. Vol. 136, Iss. 4834; pg. 21, 1 pgs. [Вернуться к статье](#)
21. Sardar, Z. The Struggle for Islam's Soul // New Statesman. 2005. Vol. 18, Iss. 868. P. 10–13. [Вернуться к статье](#)
22. Townsend M. Death threats for Muslim who wants Miss Universe title // The Observer. 2011. Mar 20. P. 18. [Вернуться к статье](#)
23. Townsend, M. Far-right protesters forge links with key American Tea Party activists: An Observer investigation has uncovered details of the English Defence League's contacts with anti-Muslim activists in the United States // The Observer. 2010. Oct 10. P. 14. [Вернуться к статье](#)
24. Townsend M. Poll reveals surge of sympathy for far right // The Observer. 2011. Feb 27. P. 1. [Вернуться к статье](#)
25. Cohen N. At last, an apology from foolish policemen // The Observer. 2008. May 18. P. 32. [Вернуться к статье](#)
26. Cohen N. At last, Islam's appeasers may be on the run // The Observer. 2011. Feb 6. P. 35. [Вернуться к статье](#)
27. Cohen N. Why Britain cultivates the language of hate // The Observer. 2011. Jul 31. P. 31. [Вернуться к статье](#)
28. Kirkup J. Anti-terrorism agencies prepare for budget cuts // The Daily Telegraph. 2010. Aug 28. P. 5. [Вернуться к статье](#)
29. Kirkup J. Britain on New Year terror alert; The threat is as serious today as it has ever been, says Cameron Coalition split over control orders // The Daily Telegraph. 2010. Dec 31. P. 1. [Вернуться к статье](#)
30. Kirkup J. Cameron ducks Muslim bigotry row // The Daily Telegraph. 2010. Jan 21. P. 12. [Вернуться к статье](#)
31. Reid S. The 'DIY jihadists' paid for by us; Special Report // Daily Mail. 2010. Nov 5. P. 6. [Вернуться к статье](#)
32. Reid S. You are now entering Sharia Law Britain // Daily Mail. 2011. Jul 30. P. 34. [Вернуться к статье](#)
33. Reid S. It's time to confront this taboo // Daily Mail. 2011. Jun 4. P. 26. [Вернуться к статье](#)
34. Ross T., Swinford S. How America set out to turn British Muslims off extremism // The Daily Telegraph. 2011. Feb 4. P. 5. [Вернуться к статье](#)
35. Ross T. Muslim pupils taken out of music lessons 'because Islam forbids playing an instrument' // Evening Standard. 2010. Jul 1. P. 9. [Вернуться к статье](#)
36. Ross T. Mohammed, the nation's (secret) favourite name // The Daily Telegraph. 2010. Oct 28. 2010. P. 3. [Вернуться к статье](#)

37. Leppard D. Muslim preacher of hate is let into Britain; A visa granted to a misogynist Islamist is the first test of the Tories' pledge to keep out radicals // Sunday Times. 2010. May 30. P. 5. [Вернуться к статье](#)
38. Leppard D. Travel ban for terrorist suspects; Home Office will force young radicals to surrender their passports // Sunday Times. 2010. Oct 24. P. 20. [Вернуться к статье](#)
39. Taylor J. A pilgrimage to the end of the Northern line // The Independent. 2008. Jul 24. P. 14. [Вернуться к статье](#)
40. Taylor J. Why Catholics could learn a lot from Islam // The Independent. 2010. Sep 20. P. 22. [Вернуться к статье](#)
41. Taylor J. Yasmin Qureshi, Britain's first female Muslim MP // The Independent. 2010. May 8. P. 2. [Вернуться к статье](#)
42. Taylor J., Morrison S. The Islamification of Britain: record numbers embrace Muslim faith // The Independent. 2011. Jan 4. P. 8. [Вернуться к статье](#)
43. Muir H. Fighting extremism made simple // The Guardian. 2011. Jun 15. P. 13. [Вернуться к статье](#)
44. Muir H. Was Choudhry a one-off? // The Guardian. 2010. Nov 10. P. 13. [Вернуться к статье](#)

УДК 373.5.016:070

М. М. Коропатник

доцент кафедри суспільних дисциплін і методики їх викладання

Чернігівського обласного інституту

післядипломної педагогічної освіти імені К. Д. Ушинського,

кандидат історичних наук, доцент (Україна)

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА КОМПЕТЕНТНІСЬ НОВОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ШКОЛИ — ВІДПОВІДЬ НА ВИКЛИКИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

У статті розглядаються проблеми формування медійної та інформаційної грамотності в контексті інформаційно-комунікаційної компетентності, якою, відповідно до Закону України про освіту, мають володіти сучасний педагог та учень. Така постановка питання зумовлена якісними змінами в інформаційно-комунікаційному середовищі, що сталися останніми десятиліттями, коли медіа стали потужно й суперечливо впливати на освіту молодого покоління.

М. М. Коропатник

Информационно-коммуникационная компетентность новой украинской школы — ответ на вызовы информационного общества

В статье рассматриваются проблемы формирования медийной и информационной грамотности в контексте десяти компетентностей, которыми должен владеть современный ученик. Такая постановка вопроса обусловлена качественными изменениями в информационно-коммуникационной среде, которые произошли в последние десятилетия, когда медиа мощно и противоречиво стали влиять на образование молодого поколения, часто превращаясь в главное обстоятельство его социализации, стихийного социального обучения. Кроме этого, в Украине активизировалась информационная агрессия и разрушительная зарубежная пропаганда.

Поэтому возникла необходимость изменить отношение к содержанию и функциям образования, учитывая особенности информационного общества, другими словами, изменить аудиторию медиа с помощью медиаобразования, конечным результатом которого станет медиаграмотность. Мы должны иметь в виду, что, независимо от политического устройства того или иного государства, как справедливо отмечает профессор Александр Федоров, человек, не подготовленный к восприятию информации в различных ее видах, не сумеет полноценно ее понимать и анализировать, противостоять манипулятивным влияниям медиа, не способен самостоятельно высказывать свои мысли и чувства по поводу прочитанного, услышанного, увиденного.

В статье также акцентируется внимание на необходимости интеграции медийного и информационного образования, исследует влияние на общество таких факторов, как «гибридная война» и информационно-пропагандистское давление. Приводятся аргументы в пользу того, что информационное общество трансформирует жизнь целых сообществ, влияет на качество жизни, перспективы социальных

изменений и экономического развития, содействует перестройке самого контента отношений между людьми. Все это требует новых умений, новых знаний и нового мышления.

M. M. Koropatnik

Information and communication competence of the new Ukrainian school — an answer to the challenges of the information society

The article discusses the problem of formation of media and information literacy in the context of the ten competencies, that has possess modern apprentice. Such a statement of issues caused by quality changes in the information and communications environment that have occurred in recent decades, when the media powerfully and contradictory effect on the education of the young generation, often turning into a leading factor in its socialization, natural social learning. Besides, on the territory of Ukraine stepped up external informational aggression and destructive foreign propaganda.

Therefore, you must change the attitude to the content and functions of education, taking into account the features of the information society, in other words, change the audience of media using education tools, the end result of which will be mediagramotnist. In fact, regardless of the political order of the State, as rightly points out Professor Alexander Fedorov, a person is not prepared to accept the information in its different types, may not fully to understand and analyze, is powerless to resist the manipulative influences of media is not capable for independent expression of their thoughts and feelings about the read, heard, seen.

The author also focuses attention on the need to integrate the display and information education, explores the impact on society of factors such as "hybrid war information and propaganda pressure. Are the arguments in favor of and nformacijne society transforms the life of entire communities, affects the quality of life, the prospects for social change and economic development, contributes to the restructuring of the content of the relationship between people and it requires from them new skills, new knowledge and new thinking.

Людство зіткнулося з першими викликами інформаційного суспільства ще на початку ХХ ст., коли, як зазначає відомий дослідник Пітер Слоттердаjk, інформаційну функцію традиційних мистецтв завоювали мас-медіа, котрі «вперше набрали такого етапу охоплення, якого не знала жодна раціоналістична енциклопедія, жодний художній твір, жодна «філософія життя» [1, с. 457]. Через 100 років ці виклики якісно відозмінилися, бо сучасні інформаційно-комунікаційні технології не визнають національних кордонів, з'явилася віртуальна реальність, і людство, за образним визначенням Маршала Маклюена, вступило в еру «глобального села». Сучасні користувачі медійних продуктів переходять в розряд споживачів медіа, або комунікантів. Тому необхідно змінити ставлення до змісту та функцій освіти, враховуючи особливості інформаційного суспільства, інакше кажучи, змінити аудиторію медіа за допомогою медіаосвіти, кінцевим результатом якої стане медіаграмотність.

Не можна не погодитися з висновком російського професора О. Федорова: «Незалежно від політичного ладу тієї чи іншої держави, людина, не підготовлена до сприйняття інформації в різних її видах, не може повноцінно її зрозуміти й аналізувати, не в силах протистояти маніпулятивним впливам медіа (якщо така маніпуляція має місце), не здатна до самостійного / автономного / вираження своїх думок і почуттів з приводу прочитаного / почутого / побаченого» [2, с. 621]. Враховуючи ці обставини, автор ставить перед собою завдання проаналізувати об'єктивні причини актуальності медіаосвіти в сучасних умовах, інтеграції її з інформаційною освітою та як ці фактори впливають на формування інформаційно-комунікаційної компетентності.

Необхідність підвищення рівня медіаобізнаності серед дітей і підлітків сьогодні не викликає жодних сумнівів. Медіаграмотність дозволяє учням отримати такі навички, які допоможуть їм досягти більшого коефіцієнту корисної дії з будь-яких навчальних предметів, а саме: спостережливість, критичне мислення, комунікація, креативність, зацікавленість, цілісне бачення. У цьому контексті важливим є аналіз сутнісних характеристик інформаційного суспільства, факторів становлення медіасередовища на етапі його розвитку та педагогічні аспекти регулювання особистості студента і школяра в існуючому медіапросторі.

Не дивно, що поряд з терміном «медійна грамотність» все більш широке застосування отримує термін «інформаційна грамотність». Справа в тому, що потужність сучасної інформаційної техніки і технології може бути використана для маніпулювання свідомістю і поведінкою людини, що загалом загрожує дегуманізацією. У зв'язку з цим на сьогодні перед освітянською спільнотою стоїть глобальне завдання — підготувати підростаюче покоління до нових умов життя і професійної діяльності у високоавтоматизованому інформаційному середовищі, навчити ефективно використовувати його можливості і захищатися від негативних впливів [3, с. 141].

У «Керівництві з інформаційної грамотності для освіти протягом всього життя», підготовленому співробітником ЮНЕСКО Х. Лау, під інформаційною грамотністю розуміється наявність знань і вмінь, котрі необхідні для виконання таких завдань:

- ефективний пошук інформації, його організація і реорганізація, ідентифікація інформації, придатної для виконання конкретного завдання чи вирішення проблеми, інтерпретація та аналіз знайденої інформації;
- оцінка точності і надійності інформації, що забезпечує дотримання етичних норм і правил користування отриманою інформацією при передачі і представленні результатів аналізу та інтерпретації іншим особам;

– застосування інформації при здійсненні певних дій, розрахованих на результат [4, с. 28].

Отже, інформаційна грамотність є основою інформаційної культури особистості, однією із складових загальної культури людини. Інформаційна культура є одним із найважливіших факторів успішної професійної і непрофесійної діяльності, а також соціальної захищеності особистості.

Останнім часом у вжиток входить ще одне поняття — «трансграмотність». На думку Сьюзі Андретта з Лондонського Метрополітен-університету, це поняття об'єднує широке коло здібностей, знань та вмінь, необхідних людині, що живе у XXI столітті: здатність читати, писати та активно використовувати можливості ЗМІ, включно із пресою, телебаченням, радіо, кіно, а також цифровими соціальними мережами. Професор Західного Іллінойського університету Макомба (США) Шон Кордес обґрунтував необхідність застосування такого узагальнюючого поняття, як «мультимодальна грамотність», під якою розуміється сукупність чотирьох видів грамотності: інформаційної, візуальної, медіаграмотності та мультикультурної грамотності.

Врешті-решт, при всій багатогранності підходів до форми і змісту організації навчання в умовах інформаційного суспільства вони мають одну спільну рису — людина XXI століття повинна бути професійно підготовлена до життя в системі координат, які диктують сучасні інформаційно-комунікаційні технології.

Таким чином, нові виклики, породжені сучасними технологіями, змінюють не лише систему традиційних поглядів на освіту та грамотність, але й потребують застосування інтеграційних технологій — як по відношенню до окремих навчальних предметів, так і методики впровадження в освітній процес об'єднаного курсу з медійної та інформаційної грамотності. А це потребує відповідних змін і до програм з цього напрямку, і до змісту посібників та підручників. За приклад може слугувати Навчальна програма з медійної та інформаційної грамотності для педагогів, підготовлена у 2011 р. за ініціативою ЮНЕСКО. Як зазначає у передмові до програми заступник Генерального директора ЮНЕСКО з питань комунікації та інформації Я. Карклінс, «програма має новаторський характер: по-перше, вона спирається на сучасні тенденції конвергенції радіо, телебачення, Інтернету, газет, книг, електронних архівів та бібліотек на загальній платформі і вперше представляє єдиний підхід до медійної та інформаційної грамотності; по-друге, вона створена із врахуванням потреб учителів для інтеграції в офіційну систему їх підготовки. Таким чином, вона виступає у ролі каталізатора процесу, який повинен охопити мільйони молодих людей і сприяти розвитку їх здібностей» [5, с. 11].

Звертаємо увагу, що підвищення медійної та інформаційної грамотності учнів неможливе без підвищення медійної та інформаційної грамотності педагогів. Орієнтація на педагогів і є ключовою стратегією, що забезпечує багатократне підвищення ефективності: від інформаційно грамотних педагогів до учнів і далі суспільства в цілому. Навчання медійній та інформаційній грамотності, як зазначається в Програмі ЮНЕСКО, стане відгуком педагогів, поперше, на їх покликання виховувати інформованих і думаючих громадян, і, подруге, на ті зміни, що відбуваються сьогодні у загальноосвітніх закладах. І ще одна важлива обставина: розроблена ЮНЕСКО навчальна програма і система компетенцій у сфері медійної та інформаційної грамотності об'єднала дві різні галузі — медійну грамотність та інформаційну грамотність — під загальною «парасолькою» терміну «медійна та інформаційна грамотність» (МІГ). Інформаційна грамотність підкреслює важливість доступу до інформації, її оцінки та етичного використання, а медійна грамотність робить акцент на здатність розуміти функції медіа, оцінювати якість виконання цих функцій та вступати в раціональну взаємодію з медіа з метою самовираження.

Зазначимо, що серед об'єктивних факторів, що зумовлюють необхідність медійної та інформаційної грамотності, формування критичного мислення, а, отже, і відповідної життєвої компетентності — інформаційна війна. У цьому сенсі варто нагадати відомий постулат, сформульований К. Марксом, що «...люди є продукти обставин і виховання... люди, що змінилися, є продуктом інших обставин і зміненого виховання» [6, с. 2]. Суттєвим результатом інформаційної війни, на думку професора Георгія Почепцова, і є «переведення населення на повністю протилежну картину світу» [7]. Таке завдання полегшується тим, що багатогранність сучасного світу, швидкість його перетворень, ліквідація національних інформаційних кордонів створюють ситуацію, коли людині постійно необхідно приймати рішення стосовно речей, яких вона не знає. В результаті вона готова прийняти будь-яку версію того, що відбулося, щоб завтра з такою ж готовністю взяти собі замість неї іншу.

Отже, як педагогам, так і школярам, доводиться постійно стикатися із зростаючим інформаційним потоком, відчувати значні труднощі, коли необхідно застосувати пошукові навички, самостійно критично оцінити отриману інформацію. На думку фахівців ЮНЕСКО і Ради Європи, саме медіаосвіта дозволяє вирішити цю проблему. Вони вважають, що медіаосвіта має починатися якомога раніше і тривати всі шкільні роки в якості обов'язкового для вивчення предмета [5, с. 12; 8, с. 65].

Оперативно зреагували на світові тенденції і в Україні. У 2010 р. за ініціативи Академії Української Преси Президією Академії педагогічних наук

схвалена Концепція впровадження медіаосвіти в Україні, нова редакція якої з'явилася навесні 2016 р. Концепція спрямована на виховання громадянської відповідальності, здатність активно використовувати можливості інформаційного поля телебачення, радіо, відео, кінематографу, преси, Інтернету, краще розуміти мову медіакультури [9].

Цілком логічно, що за таких обставин виникли об'єктивні передумови для розробки і закріплення в офіційних документах ключових компетентностей, необхідних людині в інформаційному суспільстві. Серед них — інформаційно-комунікаційна компетентність, як складова сучасного розуміння грамотності, що заснована на Рекомендації 2006/962 ЄС Європейського парламенту та Ради (ЄС) «Про основні компетенції для навчання протягом усього життя» від 18 грудня 2006 року. Еталонні рамки цього документу визначають вісім основних компетенцій, в т. ч. навички роботи з цифровими носіями [10].

Рекомендації європейських інституцій лягли в основу проекту Нова Українська Школа, в якому однією із десяти ключових компетентностей школяра сучасної української школи є інформаційно-цифрова. Вона передбачає формування медійної та інформаційної грамотності, що дозволить випускнику впевнено, а водночас критично, застосовувати інформаційно-комунікаційні технології для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією на роботі, в публічному просторі та приватному спілкуванні. Окрім того, вона допоможе опанувати основами програмування, алгоритмічного мислення, роботи з базами даних, навичками безпеки в Інтернеті та кібербезпеки, розуміти етику роботи з інформацією (авторське право, інтелектуальна власність тощо). Така ж компетентність під назвою інформаційно-комунікаційна компетентність передбачена і Законом України про освіту [11].

Таким чином, для включення медіаосвіти у програми навчальних закладів — від дошкільних до вищих і післядипломної освіти, — інтеграції її з інформаційною освітою та з предметами суспільно-гуманітарного профілю, існують об'єктивні причини. Саме вони є підставою для визначення однієї із компетентностей нової української школи, як інформаційно-цифрової, котра передбачає формування медійної та інформаційної грамотності, а, отже, і якісно нових, модернових підходів у фаховій підготовці педагогічних і науково-педагогічних працівників.

1. Слоттердаjk П. Критика цинического разума. М. : АСТ, 2009. 800 с. [Вернуться к статье](#)
2. Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов : ЦВВР, 2001. 708 с. [Вернуться к статье](#)

3. Гендина Н. И. Формирование информационной и медиаграмотности в условиях информационного общества: новая инициатива ЮНЕСКО и проблемы российского информационного образования // Педагогика. Психология. 2012. Вып. № 1. С. 120–141. [Вернуться к статье](#)

4. Лау Х. Руководство по информационной грамотности для образования на протяжении всей жизни: Guidelines on Information Literacy for Lifelong Learning; науч. ред. и пер. А. Федоров. М. : Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2006. 45 с. [Вернуться к статье](#)

5. Медийная и информационная грамотность: программа обучения педагогов / под ред. А. Гриззла и К. Уилсон ; пер. на рус. яз. Е. Малявская. UNESCO, 2012. 200 с. [Вернуться к статье](#)

6. Маркс К. Тезисы про Фейербаха // Маркс К., Энгельс Ф. Тв., вид. 2-е. Т. 3. 475 с. [Вернуться к статье](#)

7. Почепцов, Г. «Промывание мозгов» как технология влияния [Электронный ресурс]. URL: osvita.mediasapiens.ua (дата звернення: 30.04.2020). [Вернуться к статье](#)

8. Новикова А. А. Медиаобразование в США: проблемы и тенденции // Педагогика. 2000. № 3. С. 58–68. [Вернуться к статье](#)

9. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) [Електронний ресурс] // MediaSapiens. URL: mediasapiens.ua (дата звернення: 12.04.2020). [Вернуться к статье](#)

10. Рекомендації 2006/962 ЄС Європейського парламенту та Ради (ЄС) «Про основні компетенції для навчання протягом усього життя» від 18 грудня 2006 року [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994-975> (дата звернення: 28.04.2020). [Вернуться к статье](#)

11. Закон України про освіту [Електронний ресурс]. URL: <https://mon.gov.ua/ua/tag/nova-ukrainska-shkola> (дата звернення: 20.04.2020) [Вернуться к статье](#)

УДК 372.881.1

Е. Н. Ланно

*преподаватель кафедры социально-гуманитарных дисциплин
Могилевского института МВД (Беларусь)*

ТЕСТЫ В СИСТЕМЕ GOOGLE FORMS КАК ЭЛЕМЕНТ МОДУЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В УСЛОВИЯХ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ

Одной из самых актуальных проблем системы образования является активное использование технологий дистанционного обучения. Эффективность такой формы обучения определяется использованием различных педагогических технологий, способствующих продуктивному обучению.

В данной статье рассматривается вопрос использования сервиса Google Forms, его возможностей и применения в процессе обучения иностранным языкам.

E. N. Lappo

Google Forms test system as an element of modular teaching of a foreign language in the remote education conditions

The main point of the article is in the effectiveness of using one of the internet services, such as Google Forms in the teaching process. Google Forms can be used to collect, analyze, and organize information in many ways. It's a perfect way for organizing teachers' control through tests and quizzes. All you need to do is to make the questions you want, format the answers in a way that gives you the best information, and let students answer those questions. Depending on the type of question formats you choose, the students results will be automatically generated into graphs and tables.

Стремительная информатизация общества оказала большое влияние в том числе и на развитие, совершенствование и эффективность образовательного процесса. Однако в непростых условиях, складывающихся сегодня в мире, для многих учебных заведений особо значимым стал вопрос организации учебного процесса в дистанционном формате.

Дистанционное обучение — это форма получения образования, при которой преподаватель и студент взаимодействуют на расстоянии с помощью информационных технологий [1]. В процессе такого обучения обучающиеся занимаются самостоятельно по подготовленной программе, изучают необходимый учебный материал или просматривают записи вебинаров, выполняют задания, консультируются с преподавателем онлайн и предоставляют свои результаты ему на проверку.

Сегодня дистанционная форма обучения стала популярна и доступна для людей с дефицитом свободного времени и для живущих в отдаленных населенных пунктах.

Первоначально такое обучение рассматривалось исключительно как дополнительный способ получения знаний или подготовки к экзаменам. Однако со временем дистанционное обучение стало активной формой деятельности обучающегося при изучении предмета. В рамках данной формы образования самыми популярными приемами являются обучающие компьютерные программы, интерактивные задания, использование социальных сетей, электронной почты, проведение видеоконференций, разработка и реализация курсов в различных системах.

В настоящее время существует множество возможностей для прохождения дистанционных курсов и программ от множества университетов и компаний из разных стран в любой точке мира.

Н. Ю. Гутарева отмечает, что главной особенностью дистанционного обучения являются опосредованный характер телекоммуникационного общения «преподаватель–студент» и связанные с этим ограниченные возможности их межличностного взаимодействия. Данная форма обучения позволяет максимально активизировать самостоятельную работу учащихся, что особенно значимо в условиях вузовского обучения, так как будущий специалист должен уметь самостоятельно организовывать свою познавательную деятельность [2].

Такая практика позволяет:

- передавать на расстоянии информацию любых объемов и любого вида (визуальную, звуковую, статичную, динамичную, текстовую, графическую);
- хранить любые объемы информации в памяти компьютера в течение необходимого времени, редактировать ее, делать распечатки и т. д.;
- пользоваться различными информационными источниками;
- контролировать выполнение работы в удобной форме [3].

Огромное количество современных форм обучения иностранным языкам в дистанционном формате позволяет сделать учебный процесс не только интересным, но и продуктивным.

На сегодняшний день одной из самых эффективных форм обучения является модульное обучение. Особенно актуально его применение при обучении иностранному языку.

Модульная технология — это «реализация процесса обучения путем разделения его на системы «функциональных узлов», а именно профессионально значимых действий и операций, которые выполняются обучаемым более или менее однозначно, что дает возможность достигать запланированных результа-

тов обучения», «сущность модульного обучения состоит в том, что оно позволяет каждому учащемуся полностью самостоятельно добиваться конкретных целей учебно-познавательной деятельности» [4].

Такая технология позволяет студентам разных уровней подготовки успешно развивать коммуникативные навыки, осуществлять учебно-познавательную деятельность, а преподавателям пошагово контролировать процесс изучения языка и его эффективность «с целью своевременного внесения коррективов в учебную и обучающую деятельность обеих сторон» [5].

Примером применения данной технологии в рамках обучения иностранному языку является создание преподавателями Могилевского института МВД электронного учебного пособия по английскому языку для курсантов и студентов.

Пособие состоит из четырех главных разделов (модулей): социально-бытовое общение, социально-культурное общение, социально-политическое общение и профессиональное общение.

Каждый раздел разбит на блоки лексических тем (Units), которые, в свою очередь, делятся на уроки. Каждый урок в теме включает в себя грамматический блок, состоящий из теоретического материала, тестов и упражнений для его отработки и закрепления, и лексический блок, представляющий собой работу с текстами, аудио- и видеоматериалами. Для работы используются тексты, упражнения, которые направлены на обучение поисковому, просмотровому и детальному чтению, а также многочисленные аудио- и видеоматериалы. Каждая тема содержит большое количество упражнений, направленных на стимулирование речи, которые отрабатываются в рамках парной и командной работы, игровых ситуаций, проектной деятельности и т. д. Задания призваны максимально развивать говорение, а также аналитическое и образное мышление.

Модульная технология, как и любая другая, имеет как преимущества, так и ряд недостатков. Одним из них является неготовность студентов учиться самостоятельно, ведь модульное обучение требует проявлять самостоятельность, свободу выбора и ответственность на всех этапах учебного процесса. Поэтому для успешного овладения знаниями требуется регулярный контроль, который оказывает положительное влияние на результат обучения.

Основной задачей преподавателя является активизация познавательного интереса студентов и развитие интереса к предмету. Многочисленные современные интернет-сервисы позволяют обучающимся эффективно осваивать и отрабатывать разработанный учебный материал в максимально удобной форме.

Сервисы Google содержат множество инструментов, которые могут оказаться полезны как для индивидуальной, так и для совместной деятельности.

Они ориентированы на сетевое взаимодействие людей, и для образования в этой среде важны возможности общения и сотрудничества. С помощью сервисов Google можно организовать различную коллективную деятельность. Одним из сервисов получения данных и обратной связи является сервис Forms.

Google Формы — онлайн-сервис для создания форм обратной связи, онлайн-тестирований и опросов.

Каждая форма в Google Формах представляет собой веб-страницу, на которой размещается тест, опрос, квиз или анкета. Единственное, что необходимо, чтобы работать с формами, это иметь аккаунт в Google.

Преимущества данного сервиса:

1. Это абсолютно бесплатно.
2. Не требуется содержать специальный сайт.
3. Не требуется специальных знаний и умений для создания курсов.
4. Мобильность и доступность. Форма хранится в облачном хранилище данных. Поэтому может быть доступна в любое время и с любого устройства. Даже при повреждении устройства форма будет доступна при наличии ссылки.
5. Возможность проверки знаний. Google Формы собирают и оформляют полную статистику по ответам. Дополнительно обрабатывать полученные данные не требуется, можно сразу приступить к анализу результатов.
6. Очень простой и понятный интерфейс. Форму не надо скачивать, пересылать студентам и получать от них по почте заполненный вариант.
7. Индивидуальное оформление. Возможно создать свой дизайн для формы, выбрав шаблон или загрузив свой.

У вопросов есть несколько видов: можно создавать тесты с одним верным вариантом ответа, с несколькими, представить ответы в виде выпадающего списка. Существует также возможность самостоятельного ввода ответа в виде одной строки или в виде абзаца.

Кроме того, пользователи могут загружать собственные файлы (для этого необходим аккаунт в Google). Данная опция будет особенно актуальна, если в качестве задания пользователь должен создать какой-то рисунок или текстовый файл.

Таким образом, сервис Google Forms является рациональным и удобным помощником для преподавателя, особенно в условиях дистанционного обучения. С его помощью можно без особых трудностей создавать тесты и опросы, которые могут использоваться самостоятельно либо включаться в готовую модульную систему обучения.

1. Сагиндыкова А. С., Тугамбекова М. А. Актуальность дистанционного образования [Электронный ресурс] // Молодой ученый. 2015. № 20. С. 495–498. URL:

<https://moluch.ru/archive/100/20703/>. (дата обращения: 29.04.2020). [Вернуться к статье](#)

2. Гутарева Н. Ю. Дистанционное обучение иностранным языкам в неязыковом вузе [Электронный ресурс] // Вестник ТГПУ. 2006. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/distantcionnoe-obuchenie-inostrannym-yazykam-v-neyazykovom-vuze> (дата обращения: 29.04.2020). [Вернуться к статье](#)

3. Ломова С. Э. Обучение студентов иностранному языку в условиях дистанционного образования [Электронный ресурс] // Профессиональное образование в условиях дистанционного обучения. Достижения, проблемы, перспективы : межрегион. науч.-практ. конф. (заоч.). Благовещенск, 2007. URL: http://www.edit.muh.ru/content/mag/trudy/08_2011/05.pdf (дата обращения: 02.05.2020). [Вернуться к статье](#)

4. Блудова В. П. Модульное обучение иностранному языку: основные принципы и преимущества [Электронный ресурс] // Педсовет. 2013. URL: <http://pedsovet.su/publ/164-1-0-3661> (дата обращения: 29.04.2020). [Вернуться к статье](#)

5. Ковалева Ю. Ю. Модульное обучение иностранному языку студентов технического вуза // Психология и педагогика. 2011. С. 180–182. [Вернуться к статье](#)

УДК 316.48

И. Л. Лукашкова

*доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин
Могилевского института МВД,
кандидат педагогических наук (Беларусь)*

М. Н. Сулимова

*курсант 3-го курса факультета милиции
Могилевского института МВД (Беларусь)*

ФЕНОМЕН АГРЕССИИ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ: ПРИЧИНЫ И ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ

В статье раскрывается специфика феномена агрессии в интернет-коммуникации как сложного и многогранного явления современной действительности. Представлен анализ причин, способствующих распространению коммуникативной агрессии в Интернете. Дана характеристика особенностей интернет-коммуникации, провоцирующих рост агрессивности в глобально-виртуальном пространстве, и форм проявления киберагрессии.

I. L. Lukashkova, M. N. Sulimova

The phenomenon of aggression in Internet communication: causes and features of its manifestation

The phenomenon of aggression in Internet communication is complex and multifaceted, it has unique characteristics due to the specifics of mediating communication in the virtual environment by information and communication technologies. The specific mechanism inherent in its forms of instant launch of rapidly increasing and uncontrolled aggression, which spreads to a huge number of participants in communication, emphasizes the social danger of this phenomenon. Its negative consequences require the search and development of effective ways to prevent cyber aggression and increase the culture of interaction on the Internet. To do this, it is necessary to conduct a multidimensional analysis of the features of the communication process in the global virtual space. Solving the problem of predicting cyber threats and destructive forms of interaction is impossible without a comprehensive study of the phenomenon of aggression, determining the causes of aggression in Internet communication and methods for minimizing it.

Интенсивное развитие и распространение информационно-коммуникационных технологий привели к интеграции цифровой реальности во все сферы человеческой жизнедеятельности. Интернет трансформировался из инструмента, обеспечивающего хранение и передачу информации, в неотъемлемую часть жизни современных людей, средство общения и орудие, формирующие их мировоззрение. Желание и потребность в овладении информацион-

но-коммуникационными технологиями стали для молодежи сильным стимулом совершенствования компьютерной компетентности, формирования информационной культуры, навыков интернет-коммуникации, увеличили спектр возможностей самореализации и самоактуализации [1]. Однако помимо множества положительных эффектов от внедрения интернет-технологий, их развитие явилось источником ряда проблем, которые связаны с феноменом киберагрессии. Появление особой реальности — киберпространства — инициировало возникновение киберкультуры, имеющей свои ценности, понятия, язык [2], в которой агрессия выступает не только как способ защиты, но и является самовыражением, репрезентацией идентичности личности.

Проблема распространенности феномена агрессии в Интернете состоит в том, что глобально-виртуальное пространство коммуникации — это зеркало, в котором отражаются актуальные социальные проблемы: падение культурного уровня, аномия, усиление интолерантности и отчужденности в отношениях между людьми. Интернет-коммуникация, с одной стороны, способствует интеграции человека в глобально-виртуальное сообщество, а с другой — порождает массовое отчуждение людей [3]. Помимо этого, характерные для цифрового пространства неоднородность и избыток информации стимулируют стрессогенность, а специфические свойства интернет-коммуникации (анонимность, виртуальность, физическая непредставленность и др.) создают благоприятные условия для реализации негативных эмоций и проявления различных форм агрессии, вовлечения в данный деструктивный процесс широкого круга участников.

Дж. Сулер агрессивное поведение в интернет-среде связывает с эффектом «онлайн-растормаживания», выражающимся в повышенной раскрепощенности пользователей из-за снижения психологических барьеров, которые препятствуют свободному выражению скрытых эмоций, чувств, потребностей [4]. Ослабление сдержанности приводит к тому, что участники интернет-коммуникации демонстрируют ненормативное поведение, которое бы не позволили себе в личном общении. Таким образом, в киберпространстве происходит размывание границ между нормой и девиацией — недозволенное в реальном мире становится дозволенным в виртуальном. К основным причинам, обуславливающим «онлайн-растормаживание», автор относит анонимность, асинхронность контактов, невидимость, солипсическую интроекцию, диссоциативное воображение, отсутствие авторитетов [4].

Благодаря доступности и высокой вовлеченности подрастающего поколения в интернет-коммуникацию несовершеннолетние практически постоянно включены в агрессивную среду и обучаются агрессивному поведению. Несо-

вершенство законодательства в сфере виртуального взаимодействия, ощущение безнаказанности и вседозволенности, наряду с другими особенностями интернет-коммуникации, предоставляют широкие возможности для реализации различных форм киберагрессии. Негативный, агрессивный диалог становится приемлемой формой общения в Интернете, поскольку проявление агрессии не обременено последствиями для участников коммуникации, а является способом эмоциональной разрядки и утверждения своей личности посредством противопоставления, оскорбления, неуважения мнения и свободы друг друга, пренебрежения интересами и ценностями, отличными от собственных.

Несмотря на существующее разнообразие исследовательских взглядов на природу киберагрессии, большинство авторов в качестве основных причин, способствующих распространению данного феномена, выделяют особенности самой интернет-коммуникации, которые связаны с ее опосредованностью информационно-коммуникационными технологиями. К наиболее значимым особенностям, провоцирующим рост агрессивности коммуникации в виртуальной среде, исследователи относят:

1. Асинхронность опосредованного Интернетом общения, которая характеризуется рассогласованностью во времени всех составляющих акта коммуникации: участников, сообщения, цели, средства передачи, результата. Кроме того, вследствие происходящего в публичном киберпространстве взаимного умножения и наложения трансляций и интерпретаций перспективы взаимодействия размываются и цели расфокусируются. В результате интернет-коммуникация становится многовариантной, менее управляемой и предсказуемой. У участников с высоким уровнем контроля в коммуникации это может вызывать напряжение и раздражение, формировать готовность к агрессивным проявлениям (грубости, оскорблениям, сарказму, нецензурным выражениям, травле, угрозам) [5].

2. Отсроченная или отсутствующая обратная связь, выступает одной из значимых причин, способствующих разрыву коммуникации в сетевом пространстве. Отсутствующая обратная связь в интернет-коммуникации ухудшает взаимодействие между участниками, усиливает непонимание и конфликтность. Считается, что проявление киберагрессии некоторыми участниками вызвано стремлением таким деструктивным способом сохранить целостность взаимодействия: с целью преодоления разрыва спровоцировать ответную реакцию, получив тем самым обратную связь. О. И. Маховская и Ф. О. Марченко полагают, что такое общение с недостаточной обратной связью способствует развитию неадекватной самооценки, высокого уровня конфликтности, нарциссизма

[6]. С другой стороны, прекращение взаимодействия из-за отсутствия обратной связи снижает напряженность и эмоциональный накал коммуникации.

3. Отсутствие возможности полного контроля над коммуникацией в глобально-виртуальной среде и анонимность. Слабое законодательное регулирование социального взаимодействия в киберпространстве в совокупности с асинхронностью (рассогласованностью во времени коммуникативного акта) создают препятствия для осуществления полного контроля над интернет-коммуникацией. Усилению этой проблемы содействует анонимность, которая обеспечивает киберагрессорам высокую степень неуязвимости по отношению к социальным и правовым санкциям. Несмотря на усилия провайдеров, организаторов и участников сетевого взаимодействия, предпринимаемые для обеспечения и поддержания цивилизованной коммуникации, агрессоры, используя чужие имена, продолжают манипулировать, угрожать, преследовать своих жертв. Анонимность значительно снижает ответственность пользователей за свои действия в киберпространстве.

4. Десенсбилизацию, порождаемую интернет-коммуникацией, связанную с ограничениями тактильного и зрительного контактов, являющихся важными каналами передачи информации в невербальном общении. О. И. Маховской десенсбилизация рассматривается как следствие асинхронности интернет-взаимодействия [5]. По мнению исследователя, присущая коммуникации в киберпространстве интерактивность обладает условным (дистантным и опосредованным) характером. Несмотря на развитые средства связи и визуализации, особый формат интернет-коммуникации не позволяет ее участникам преодолеть физическую дистанцию. Он не в состоянии обеспечить естественный зрительный контакт и физический тактильный контакт, которые так важны в личной коммуникации для понимания смысла: близости взглядов собеседника, схожести вкусов, переживаемых им эмоций, истинных чувств [5]. Ограниченность зрительного и тактильного контактов вызывает снижение уровня эмпатического понимания (синдром дефицита эмпатии) у пользователей. Опосредованность общения интернет-технологиями затрудняет идентификацию собственных эмоций с эмоциональными реакциями участников коммуникации, а также восприятие их как людей, которые способны чувствовать и переживать различные эмоциональные состояния [7].

5. Относительную свободу самовыражения в глобально-виртуальном пространстве, которая создает условия для развития киберкультуры, культуры определенных сетевых сообществ со своими правилами общения и поведения. Существуют закрытые сетевые сообщества, агрессивный стиль взаимодействия в которых не соответствует принятым в Сети нормам. В работе

О. И. Маховской и Т. И. Семеновой приводится пример сетевого сообщества молодых матерей, в коммуникации которых считается приемлемым употребление нецензурных выражений, причем такой вид вербальной агрессии рассматривается как способ выражения негативных эмоций, снятия напряжения, разрядки [8]. Подобные факты проявления агрессии в сетевой коммуникации свидетельствуют о масштабности вовлечения в этот негативный процесс людей из различных социальных групп.

б. Высокую субъектность интернет-коммуникации, которая заключается в том, что пользователь примеряет на себя роль не только автора сообщений, но и режиссера, который определяет сценарий своего взаимодействия: формирует список «друзей», выбирает сообщества и средства для общения, режим использования (пассивный просмотр или активное взаимодействие) [5]. Поскольку в подростковом возрасте идет активный поиск идеальной модели поведения, погружение подростка в агрессивную среду киберпространства может сформировать у него деструктивную модель коммуникативного взаимодействия с готовностью переносить агрессию из виртуальной среды в реальные физические действия.

Присущие интернет-коммуникации открытость и бестелесность, анонимность и иллюзия свободы явились причинами возникновения и распространения в киберпространстве целого ряда деструктивных явлений, которые нашли выражение в разнообразных вербально-агрессивных формах. Проявления коммуникативной агрессии (замечания, порицания, оскорбления, взаимные обвинения, угрозы и др.) в Интернете Ю. В. Щербинина связывает «с ростом асоциальности, с общим снижением уровня речевой культуры, инвективизацией и вульгаризацией речи, пропагандой насилия в средствах массовой информации, с существенным ослаблением коммуникативных механизмов, традиционно сдерживающих проявления агрессии слова» [9, с. 26]. Способы негативного выражения эмоций посредством киберагрессии во многих случаях замещают реальные физические действия участников взаимодействия. Нередко вербально-агрессивные формы, такие как грубость, хамство, насмешки и уничижительное отношение, используются в интернет-коммуникации в качестве попыток доминирования, воздействия на мнение пользователей, манипулирования их сознанием, что усиливает напряженность и конфликтность в коммуникативной среде киберпространства.

Согласно мнению А. А. Лисенковой, феномен агрессии в глобально-виртуальной среде стал «модной формой удовлетворения тщеславия и негативной репрезентации “явления себя миру”, благодаря возможности трансляции “вещных доказательств” и “героизма”, снятых на различные гаджеты сцен же-

стокости, насилия и агрессии» [3, с. 143]. Тенденция размещать в социальной сети видеозаписи с реальными сценами нападения на жертву, ее физического насилия (унижения, избиения и др.) имеет серьезные последствия. В настоящее время Интернет представляет собой не только среду «научения» различным формам агрессивного поведения, но и среду распространения моды на проявление жестокости и агрессии, о чем свидетельствует многообразие существующих видов киберагрессии: троллинг, астротурфинг, флейминг, кибербуллинг, киберсталкинг, хеппислепинг. Это указывает на расширение практики проявления коммуникативных агрессий в Интернете, технологическую оснащенность и масштабное вовлечение в данный деструктивный процесс людей разного возраста, уровня образования, социального положения. В результате публичная демонстрация агрессивного поведения в глобально-виртуальном пространстве коммуникации становится в наше время новым трендом [3].

Обобщая вышеизложенное, можно констатировать, что феномен агрессии в интернет-коммуникации обладает сложностью и многогранностью, ему присущи уникальные характеристики, обусловленные спецификой опосредованности общения в виртуальной среде информационно-коммуникационными технологиями. Свойственный его формам специфический механизм мгновенного запуска стремительно нарастающей и неконтролируемой агрессии, распространяющейся на огромное количество участников коммуникации, подчеркивает социальную опасность данного феномена. Его негативные последствия требуют поиска и выработки эффективных способов пресечения киберагрессии, повышения культуры взаимодействия в Интернете. Для этого необходимо проведение многоаспектного анализа особенностей коммуникативного процесса в глобально-виртуальном пространстве. Решение задачи, связанной с прогнозированием киберугроз и деструктивных форм взаимодействия, невозможно без всестороннего исследования феномена агрессии, установления причин проявления агрессии в интернет-коммуникации и методов ее минимизации.

1. Варакин, А. В. Влияние социальных сетей на формирование ценностных ориентиров современной молодежи // Преподаватель XXI век. 2016. № 2. С. 205–212. [Вернуться к статье](#)

2. Фетисова, Т. А. Агрессивное поведение в интернет-коммуникации. Обзор // Культурология. 2018. № 4 (87). С. 185–197. [Вернуться к статье](#)

3. Лисенкова А. А. Философия агрессии в цифровую эпоху // Философские науки. 2017. № 6. С. 137–147. [Вернуться к статье](#)

4. Suler, J. The online disinhibition effect // Cyberpsychology & behavior. 2004. Vol. 7. № 3. P. 321–326. [Вернуться к статье](#)

5. Маховская О. И. Специфика сетевого взаимодействия и кибербуллинг // Психология стресса и совладающего поведения: вызовы, ресурсы, благополучие : ма-

териалы V Междунар. науч. конф., Кострома, 26–28 сент. 2019 г. : в 2 т. / отв. ред. : М. В. Сапоровская, Т. Л. Крюкова, С. А. Хазова. Кострома : Изд-во Костром. гос. ун-та, 2019. Т. 1. С. 535–539. [Вернуться к статье](#)

6. Маховская О. И., Марченко Ф. О. Сетевая агрессии и нарциссизм: искажения и ложные презентации личности // Институт психологии РАН. Человек и мир. 2018. № 2. С. 88–107. [Вернуться к статье](#)

7. Terry Ch., Jeff C. The Emerging Issue of Digital Empathy // American Journal of Pharmaceutical Education. 2016. № 80 (4). P. 1–58. [Вернуться к статье](#)

8. Маховская О. И., Семенова Т. И. Феномен сетевой агрессии в закрытых сообществах молодых матерей // Психология стресса и совладающего поведения: вызовы, ресурсы, благополучие : материалы V Междунар. науч. конф., Кострома, 26–28 сент. 2019 г. : в 2 т. / отв. ред. : М. В. Сапоровская, Т. Л. Крюкова, С. А. Хазова. Кострома : Изд-во Костром. гос. ун-та, 2019. Т. 2. С. 102–105. [Вернуться к статье](#)

9. Щербинина Ю. В. Вербальная агрессия. М. : Изд-во ЛКИ, 2008. 360 с. [Вернуться к статье](#)

УДК 373.167.12

Ю. В. Маслов

*доцент кафедры межкультурной экономической коммуникации
факультета международных бизнес-коммуникаций
УО «Белорусский государственный экономический университет»,
кандидат педагогических наук, доцент*

ЛИНГВОДИДАКТИКА В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ: УРОКИ НЕШТАТНОЙ ВУЗОВСКОЙ «УДАЛЕНКИ»

В статье описывается специфика использования медиатехнологий в вузовском преподавании иностранного языка для специальных целей. Описаны результаты экспресс-анализа литературы по данной проблеме. Уточнена терминология, сделана попытка обосновать выбор формата видео-интернет-коммуникации для первоочередного решения задач обучения в условиях штатного перехода на режим удаленного обучения. Автор выдвигает организационно-методическую задачу на ближайшую перспективу, которую следует решать педагогическим коллективам вузов.

Y. V. Maslov

Lingvodidactics in virtual space: lessons learnt from emergency «distance learning»

The article deals with the specifics of media technology application in teaching foreign languages for specific purposes at university level. The author presents the results of express review of literature. Certain terminological differences are discussed, and an attempt is made to provide an explanation of the choice of video conferencing mode in conditions of emergency transition to distance learning, which aims at reaching educational objectives effectively. The author also postulates the priority organizational and methodological task for the near future, to be solved by university faculty.

Не требует доказательств мысль о том, что в современных условиях вузовское образование нельзя эффективно осуществлять, не используя все достижения современных медиатехнологий. К этим технологиям можно отнести все, что связано с использованием различных способов хранения, передачи, презентации информации в цифровом формате кодирования. Медиатехнологии тем более важны, поскольку поколение Z — нынешние студенты — выросло в условиях «цифровой революции». Молодые люди уже не могут и не хотят обходиться без электронных средств, поэтому вузам необходимо соответствовать «технологическим» ожиданиям молодежи.

Одним из ответов на вызовы времени является внедрение в образовательный процесс СУО — систем управления обучением (learning management systems). В русскоязычной литературе можно встретить сочетание «система управления образованием», что терминологически не совсем правильно. Дан-

ные системы представляют собой программное приложение для администрирования учебных курсов. Самое известное и широкоприменяемое в отечественной вузовской практике приложение — система Moodle.

Данная система уже достаточно давно используется в образовательном процессе ведущих вузов Республики Беларусь. В ситуации усложнившейся эпидемиологической обстановки весной нынешнего года активизировалась работа по внедрению данной системы в практику обучения и в Белорусском государственном экономическом университете, поскольку все занятия вынужденно проводятся в удаленном формате. Мы вряд ли можем с уверенностью судить о результативности обучения дисциплинам, скажем, экономического цикла на базе данной СУО. Будем надеяться, что она (результативность) неуклонно повышается.

После первого месяца работы в удаленном формате (апрель 2020 г.) мы уже можем говорить о том, какие медиатехнологии подходят для решения задач преподавания иностранного языка для специальных целей (автор работает на старших курсах факультета международных бизнес-коммуникаций, преподавая профессионально направленные языковые дисциплины).

Перед началом работы на «удаленке» мы провели экспресс-анализ научных публикаций по проблеме использования СУО в языковой подготовке. Вполне ожидаемым результатом анализа стало то, что большинство авторов подчеркивают абсолютную важность внедрения СУО в вузовский образовательный процесс. С этим нельзя не согласиться. С другой стороны, явно недостаточным является такой взгляд на медиатехнологии, при котором они рассматриваются лишь как средство реализации привычных видов учебной работы «на более высоком техническом уровне» [1, с. 58].

Важно отметить, что в настоящее время сформировано ясное представление о собственно лингводидактических возможностях, которые имеются в распоряжении педагога, использующего современные средства информатизации образовательного процесса. В частности, Н. Е. Есенина (2018) представляет исчерпывающий перечень технических возможностей, потенциально находящихся в распоряжении вузовского преподавателя языковых дисциплин, относя к ним компьютерную анимацию изучаемых ситуаций, компьютерную визуализацию артикуляционных процессов, автоматизированное распознавание речи и преобразование устной речи в письменную, автоматизированную лингвистическую обработку речи и др. [2, с. 105–106].

Симптоматично, что в начале своего списка автор ставит возможность осуществления «интерактивного диалога с удаленным участником иноязычной коммуникации, опосредованного использованием информационно-

коммуникационных технологий, который является реальным речевым общением...» [2, с. 105]. Несмотря на некоторую тяжеловесность описания, суть дела проста: речь идет о иноязычном общении педагога и студента (студентов) в удаленном формате. Однако понятно, что оно может принимать разные формы: от привычного обмена электронными письмами до проведения полноценных видеозанятий.

Какую роль в этом может сыграть внедрение СУО?

Э. Ш. Исаев, О. В. Исаева, Н. С. Стрембицкая (2017) отмечают, что «пока еще рано говорить об оценке результативности обучения, особенно языковым дисциплинам» [3, с. 495]. Авторы мотивируют свой вывод тем, что система Moodle не была создана как инструмент для изучения иностранного языка, поэтому, по мнению российских ученых, система являет собой далеко не идеальную модель для обучения в режиме онлайн, а тем более в удаленном формате. Данное уточнение необходимо сделать потому, что СУО Moodle может использоваться и в аудитории.

Зарубежные исследователи уже давно отметили как технические трудности, так и педагогические проблемы, связанные с использованием Moodle. Например, в работе W. Wen-Shuenn (2008) указывалось, что в обучении письменной иноязычной речи преподаватели сталкиваются с техническими вопросами, в частности с подтверждением личности студентов в ходе онлайн-тестирования и выделения ошибок, с выбором соответствующих откликов относительно допущенных ошибок и пр. [4, с. 53–55].

Российские студенты языковых специальностей также отмечают наличие проблем. В частности, недавний опрос студентов Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского (специальности «Финансы и кредит» и «Экономика») показал, что недостатками в работе СУО Moodle они считают размытость (слишком много иконок), проблемы с входом в систему, ограниченное время для выполнения заданий, отсутствие личного контакта с преподавателем [3, с. 496].

Именно последнее обстоятельство — отсутствие личного контакта — может существенно снижать результативность обучения иностранному языку для специальных целей (т. е. для профессионального общения). Поэтому ученые осуществляют поиск возможностей компенсировать этот недостаток. Показательный во многих отношениях эксперимент провели П. В. Сысоев с коллегами (2015). Речь идет об экспериментальной проверке эффективности обучения студентов речевому общению на основе средств синхронной видеоинтернет-коммуникации.

Для эксперимента был использован сервис видео-интернет-коммуникации ooVo (в настоящее время сервис закрыт). Самое любопытное заключается в том, что все учебные материалы и задания для студентов контрольной и экспериментальной групп размещались на платформе Moodle Тамбовского государственного университета имени Г. Р. Державина. Таким образом, можно предположить, что университетская СУО просто не обеспечивала на тот момент необходимого технического уровня возможностей для проведения занятий онлайн в режиме реального времени.

В задачу педагогов входило сравнение эффективности занятий по иностранному языку в режиме онлайн и офлайн (привычных аудиторных). Так, в формате онлайн преподаватель находился в учебной студии на базе ТГУ имени Г. Р. Державина, а студенты приходили для занятий в классы учебных площадок университета по месту проживания в различных городах: Рассказово, Котовск, Моршанск и др. Проведенное авторами экспериментальное обучение (в течение целого учебного года) дало авторам возможность утверждать, что «средства синхронной видео-интернет-коммуникации могут быть использованы для развития речевых умений студентов в качестве аналоговых аудиторным занятиям» [5, с. 139–140].

Таким образом, можно считать практически доказанным, что вузовские занятия по иностранному языку для специальных целей в режиме видео-интернет-конференций могут быть так же эффективны, как и аудиторные занятия, чего никак нельзя сказать о практике использования СУО для организации образовательного процесса вне непосредственного общения преподавателя со студентами, путем простого «натурального обмена»: педагог помещает материал и задание к нему, студенты выполняют задание и присылают его на проверку.

Именно эти соображения заставили нас не слишком торопиться использовать СУО Moodle для решения образовательных задач, а сначала освоить формат видео-интернет-конференций для проведения занятий со студентами в период вынужденной «удаленки» (занятия проводятся с начала апреля 2020 г. по настоящее время). Мы пользуемся относительно новым сервисом Zoom, который является, несмотря на некоторые технические проблемы и трудности, прямо нас не затрагивающие, абсолютно функциональной площадкой для решения задач обучения.

Опыт работы в подобном формате заставляет нас подчеркнуть мысль о том, что даже компетентное использование любой из существующих медиатехнологий само по себе еще не гарантирует высокой эффективности результатов обучения иностранному языку. Качество обучения прямо зависит от того,

насколько адекватны целям обучения и разнообразны используемые развивающие технологии, адаптированные к условиям обучения в режиме онлайн.

Экспериментальные исследования подтверждают эту мысль. Так, авторы работы «Active Learning Technologies in Distance Education of Gifted Students» представляет целую систему подобных технологий, позволяющую добиваться существенного развивающего эффекта обучения [6, p. 90]. Поэтому задача внедрения медиатехнологий в вузовский образовательный процесс по иностранному языку для специальных целей на ближайшую перспективу может заключаться, в первую очередь, в том, чтобы последовательно создавать информационные гиперсреды преподавания (в рамках конкретных дисциплин) и проводить их «полевые испытания» в режиме видео-интернет-конференций, целесообразно и комплексно используя существующие технологии развивающего обучения.

1. Васильевская В. Н. Реализация мультимедиа и гипермедиа в процессе обучения студентов английскому языку // Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2010. № 1. С. 55–59. [Вернуться к статье](#)

2. Есенина Н. Е. Лингводидактические возможности средств информатизации образования // Казанский лингвистический журнал. 2018. Т. 1. № 4 (4). С. 93–107. [Вернуться к статье](#)

3. Исаев Э. Ш., Исаева О. В., Стрембицкая Н. С. Социально-контекстные особенности использования платформы Moodle в образовательном процессе // Иностранная филология. Социальная и национальная вариативность языка и литературы : материалы II Междунар. науч. конгресса, Симферополь, 3–28 апреля 2017 г. ; ред. Е. В. Полховская. Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2017. С. 495–496. [Вернуться к статье](#)

4. Wen-Shuenn W. The Application of Moodle on an EFL Collegiate Writing Environment // Journal of Education and Foreign Languages and Literature. 2008. Vol. 7. P. 45–56. [Вернуться к статье](#)

5. Сысоев П. В., Ежиков Д. А. Обучение студентов речевому общению на основе средств синхронной видео-интернет-коммуникации // Язык и культура. 2015. № 2(30). С. 129–140. DOI 10.17223/19996195/30/15. [Вернуться к статье](#)

6. Active Learning Technologies in Distance Education of Gifted Students / I. Abakumova [et al.] // International Journal of Cognitive Research in Science, Engineering and Education. 2019. № 7 (1). P. 85–94. [Вернуться к статье](#)

УДК 004: [316.3:008]

Г. В. Михалева

доцент кафедры английского языка

Таганрогского института имени А. П. Чехова (филиал)

Ростовского государственного экономического университета,

кандидат педагогических наук

ОТРАЖЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ МЕЖЭТНИЧЕСКОЙ ТОЛЕРАНТНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СТРАНАХ¹

В статье анализируются стратегии современной государственной поликультурной образовательной политики США и Великобритании в контексте развития межэтнической толерантности граждан и борьбы с расовой дискриминацией и неравенством, которые широко обсуждаются в англоязычных средствах массовой информации. Проблема развития межэтнической толерантности в англоязычных странах неразрывно связана с вопросами защиты гражданских прав и политики социальной справедливости, включая борьбу с социальным неравенством и дискриминацией различных категорий граждан в различных сферах общественной жизни.

G. V. Mikhaleva

Reflection of interethnic tolerance in media education of english-speaking countries²

The article analyzes the strategies of contemporary state multicultural educational policy of the USA and the UK in the context of fostering interethnic tolerance of citizens and the struggle against racial discrimination and inequality which are widely discussed in the English-language mass media. The challenge of fostering interethnic tolerance in English-speaking countries is inextricably linked with the problem of protecting civil rights and the policy of social justice including the fight against social inequality and discrimination of various categories of citizens in different areas of public life.

The issues of promoting interethnic tolerance in the modern multinational and multicultural world are being updated in connection with the growing need to counter

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ) в рамках научного проекта № 19-013-00030 «Отражение проблемы межэтнической толерантности студенческой молодежи в российском и англоязычном медиаобразовании постсоветского периода (1992–2020)», выполняемого в Ростовском государственном экономическом университете. Руководитель проекта — кандидат педагогических наук, доцент И. В. Чельшева.

² This research is funded by the grant of the Russian Foundation for Basic Research (RFBR, project No. 19-013-00030) at the Rostov State University of Economics. Project theme: “Issues of Student Youth Interethnic Tolerance Reflected in Russian and English-Language Media Education of the Post-Soviet Period (1992–2020)”.

racism, intolerance, discrimination, inequality and prejudice in society. Of particular importance in addressing these negative social phenomena is upbringing young people that is aimed at developing a respectful attitude towards representatives of other cultures and ethnic groups.

Tolerant politics seeks to provide support for some interethnic groups that are trying to create safe social space around them. Tolerance is a reality of diversity in modern communities. In this sense, governments are required to adopt special social practices in fostering interethnic tolerance in society and to establish various civic institutions to protect unpopular minorities from violence on the behalf of their fellow citizens or other members of civil society.

The challenge of fostering interethnic tolerance in English-speaking countries is inextricably linked with the problem of protecting civil rights and the policy of social justice including the fight against social inequality and discrimination of various categories of citizens in different areas of public life [1, p. 120].

The most important role in fostering tolerance in the scientific community is played by UNESCO initiatives and events. So, on November 16, 1995 Declaration of Principles on Tolerance at the General Conference of UNESCO was adopted (Declaration..., 1995). It determines the concept of “tolerance” as “respect, acceptance and appreciation of the rich diversity of our world's cultures, our forms of expression and ways of being human. It is fostered by knowledge, openness, communication, and freedom of thought, conscience and belief. Tolerance is harmony in difference. It is not only a moral duty; it is also a political and legal requirement. Tolerance, the virtue that makes peace possible, contributes to the replacement of the culture of war by a culture of peace” [2].

A long historical tradition of cultivating tolerant relationships and maintaining civil liberties in society has led to many years of integration processes in the modern national system of education and training in English-speaking countries based on the multicultural nature and non-discriminatory educational practice.

The present-day British policy “education for everyone” is proclaimed in official documents of the government and defines a new vector of the educational policy of the UK in the 21st century under the slogan “every child matters” [3]. With regard to ethnic minorities, the national educational policy is focused on overcoming manifestations of gender and ethnic inequality in the educational environment. Hence, according to the national strategy for improving learning outcomes of ethnic minority students, it is necessary to develop bilingual student learning technologies and apply effective teaching methods.

Former British Prime Minister Theresa May presented a new strategy for reforming education in the UK in more detail in her open speech in September 2016

(BBC, 09.09.2016). The key aspects of the reform concerned the following issues: access to quality education for all categories of citizens, improving the quality of school education, support and opening of new schools by leading British universities, ethnic and social integration of students of religious schools, multicultural and multi-religious education, support for children from disadvantaged and low-income families. At the same time, a slogan was put forward declaring the new policy of the British government regarding national education: “Let’s create a country that works for everyone”.

Speaking at a briefing at the University of Derby (Derbyshire County) in February 2018 (broadcast of the BBC channel) Teresa May emphasized access to education, equal educational and career opportunities for all categories of citizens, creating a more “flexible” system education that meets the interests of students with different educational needs. In her opinion, it is necessary to create a great society of “meritocracy” in Great Britain, free from class, racial prejudices and social barriers, in which power will belong to the most talented and gifted citizens, qualified and highly educated specialists, regardless of their social and ethnic origin.

A content analysis of the national curricula of English-speaking countries shows that students begin to learn about various national, regional, social and ethnic groups from an early age in formal education (for example, social studies programs) and are brought up in the spirit of mutual respect and understanding. The main goal of integrating interethnic tolerance into school and university education systems is to form and develop students’ basic skills and understanding of how to live in our pluralistic and diverse world.

Until the 1980s, ethnic diversity was scarcely presented in the British media, and partly in response to this criticism several initiatives were undertaken. They focused mainly on expanding the number of employees belonging to various ethnic minorities in the media sector. A 1983 report by the Racial Equality Commission, entitled Ethnic Minority Broadcasting, indicated that networks were encouraged to treat media content more seriously in order to help reflect multiracial British society. During this period, the number of media belonging to ethnic minorities increased. The Communications Act 2003 authorized Ofcom to take into account different interests of people in different parts of the UK, belonging to different ethnic communities, and of people living in rural and urban areas. In this regard, Ofcom is conducting research on the study of media literacy and media consumption by representatives of different ethnic groups. In addition, the BBC, among its other objectives, also provides the representation and reflection of various social groups of the UK population including ethnic and religious communities. The corporation strives to showcase programs representing the multi-ethnic mosaic of Great Britain and explore ethnic, cultural, reli-

gious and non-religious groups to help society understand their customs, beliefs and problems. This involves the use of voices and faces of representatives belonging to various regional and ethnic groups and communities.

On the other hand, present-day English-language mass media are replete with sharp publications about inciting racial hatred and “zero tolerance” towards immigrants. Here are some headlines of articles from the Guardian: “Ethnic minority students less likely to win university places”, “Racist incidents at universities show they aren’t as tolerant as we think”, “Universities brushing racism under the carpet, students say...”, etc. [4, p. 17].

The American tradition of multicultural education is associated with the long-standing struggle of Americans with all kinds of discrimination which can be traced to the historical evolution of the American state educational strategy presented in key official laws, programs and initiatives aimed at modernizing the education system, for example, such federal programs as “No Child Left Behind”, “Race to the Top”, “Every Student Succeeds”, etc. [5; 6; 7].

Meanwhile, the modern education system in the United States suffers from a number of acute social, economic, ethnic and cultural contradictions: challenges of socio-cultural and academic assimilation of children and youth from migrant families; discrimination against national minorities and low-income people; ethnic chauvinism in education; the fight against racial prejudice and stereotypes in the school environment and beyond. Therefore, different sites are being created in English-speaking countries to provide information support to schools and universities students teachers and parents. For example, website “Teaching Tolerance” [www.tolerance.org] provides news on tolerance issues, offers manuals and training materials for parents and teachers to develop their social skills of tolerant relationships in the school and university environment. In addition, the creators of the site engage various specialists to conduct regular online training courses, webinars and educational programs for practicing teachers. This site provides significant methodological assistance to teachers on countering interethnic intolerance and racism. They also release a free magazine on interethnic tolerance and ways to combat intolerance and violence, and distribute brochures for university students.

The contradiction between widely declared racial equality and tacit discrimination in English-speaking countries has often led to outbreaks of mass social protest, especially in the USA. Therefore, it is quite expected and logical that the acute social themes of discrimination and rights violation caused by interethnic intolerance are increasingly reflected in the American cinema of the 2000s: including such sensational films as “Clash” (2004), “The Help” (2011), “12 Years a Slave”, “The People v. O. J. Simpson: American Crime Story” (2016). These films tell of unspoken racism

and irreconcilable social conflicts in modern America, about racial stereotypes and public opinion speculation.

Teaching interethnic tolerance and fostering tolerant consciousness continues within the framework of non-formal education, in various cultural and educational centres. For example, since 1993 the interactive “Museum of Tolerance” has been operating in Los Angeles (California) which presents interesting interactive exhibitions based on high technologies to visitors. The Museum of Tolerance was established to encourage visitors to understand the dynamics of racism and racial prejudice in America and the history of the Holocaust, both in historical and contemporary contexts, and to resist all forms of prejudice, discrimination and extremism in the modern world. Museum visitors explore the genesis of fanaticism and discrimination which are still completely insincere in modern society. Video presentations show the dramatic events of the struggle for civil rights in America, inform about modern extremist groups operating in the USA, etc. Through interactive exhibitions, special events and educational programs for young people and adults, the museum nurtures tolerant consciousness of visitors thus encouraging them to take active personal responsibility for positive social changes.

1. Mikhaleva G. V. Genesis of the Problem of Educating Interethnic Tolerance in English-speaking Countries. Pedagogics. Scientific theoretical journal of the Russian Academy of Education. 2019. Vol. 83, 8. P. 120–127. (In Rus.) [Вернуться к статье](#)

2. Declaration of Principles on Tolerance [Electronic resource] // UNESCO, 1995. URL: <http://www.tolerance.ru/toler-deklaraciya.php> (date of access: 11.03.2020). [Вернуться к статье](#)

3. Department for Education and Skills (DfES) (2004). Every Child Matters: change for children [Electronic resource]. URL: www.everychildmatters.gov.uk/publications/?asset=document&id=1551 (date of access: 03.02.2020). [Вернуться к статье](#)

4. Chelysheva I. V., Mikhaleva G. Interethnic Tolerance Among University Students in the Context of Contemporary Russian and Foreign Media Education. Media Education (Mediaobrazovanie). 2019. № 59 (1). P. 14–22. [Вернуться к статье](#)

5. U. S. Department of Education (DOE). Every Student Succeeds Act (2015) [Electronic resource]. URL: <https://www.ed.gov/ESSA> (date of access: 02.03.2020). [Вернуться к статье](#)

6. U. S. Department of Education (DOE). No Child Left Behind (NCLB). Act of 2001, Pub. L. No. 107–110. 2002. [Вернуться к статье](#)

7. U. S. Department of Education (DOE). Race to the Top (2009). Washington, D. C. 2020. URL: <https://www2.ed.gov/programs/racetothetop/executive-summary.pdf> (date of access: 02.03.2020). [Вернуться к статье](#)

УДК 37.013.43

E. V. Muryukina

*Associate Professor of department of media education
of Moscow State Pedagogical University (Russia)*

MEDIA EDUCATION MODEL ON THE TV MATERIAL OF THE PERIOD OF PERESTROIKA IN USSR¹

During perestroika, the boundaries of understanding the potential of the media begin to expand. During perestroika the USSR began to use television programs as a material for media education classes. In our article, we studied the point of view of G. Ya. Vlaskina and O. F. Nechay, and based on the obtained data we presented a generalized media educational model on the material of television for schoolchildren.

Е. В. Мурюкина

Модель медиаобразования на телематериале периода перестройки в СССР

В ходе перестройки начинают расширяться границы понимания потенциала масс-медиа. В качестве материала для медиаобразовательных занятий в период перестройки в СССР стали использовать телевизионные передачи. В своей статье мы изучили точку зрения Г. Я. Власкиной и О. Ф. Нечай и на основе полученных данных представили обобщенную медиаобразовательную модель на материале телевидения для школьников.

A distinctive feature of media education during perestroika in the USSR was the expansion of understanding of mediatext in pedagogical work with young students. It should be noted that since the 1920s of the 20th century, the Soviet educational system has used the full potential of the mass media (cinematography, press, grammar, radio, photography), with the help of which the tasks of education, political literacy, education, upbringing of schoolchildren were solved. Since the post-war period, film education has become more widespread in the country, as evidenced by the numerous experiences of media teachers — O. A. Baranov, I. V. Weisfeld, E. N. Goryukhina, I. S. Levshina, S. M. Odintsova, S. N. Penzin, G. A. Polichko, Yu.

Other mass media were used to the smallest extent and mainly as means to achieve a practical goal — to master the skills of using technical means (camera, film camera, printing press, etc.). Only during perestroika did media teachers reconsider

¹ Статья написана в рамках исследования при финансовой поддержке гранта Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ). Проект № 19-013-00597 «Трансформационные процессы в отечественном медиаобразовании периода «перестройки», выполняемый в Московском педагогическом государственном университете. Руководитель проекта — Е. В. Мурюкина.

their views on potential educational and training opportunities contained in various media texts. Among them are A. V. Spichkina, A. V. Sharikova, G. Ya.

In this article, we will consider the media education model on the material of television synthesized by us in the course of studying the works of G. Y. Vlaskina and O. F. Nechai. It should be noted that the views of media teachers on the nature of television come from TV programs aired during perestroika. The target characteristics of television, its tasks, functions and potential in the upbringing and education of the younger generation are also related to that.

Methodological basis of media education on the material of television.

Among the domestic and foreign works on the problems of communication the media teachers singled out E. G. Bagirov's monograph «Essays on the theory of television», V. Y. Borev and A. V. Kovalenko's «Culture and mass communication», K. Shannon, G. Lassuella and others. These works are systematized on the basis of generalization of results of numerous researches of other authors; not only the review of earlier offered concepts is given, but also additions which are capable to expand available models and categorical apparatus of the theory of communication are presented.

Э. Г. Багиров considered television in his book, V. Yu. Borev and A. V. Kovalenko studied all mass communication in its interrelation with culture and presented an understanding of the communication process. The authors proposed their own models:

– E. G. Bagirov understands the theoretical model of television communication as «the scheme of television activity». In general, the author of «Essays on the theory of television» develops the sociological theory of media, since the QMS activities are included in social processes, being an integral part of them.

– V. Yu. Borev and A. V. Kovalenko develop a culturological approach to studying the communicative process. In particular, they proposed the following system of relations: communication channel — the theory of technical means of communication; sign system — semiotics; communicative relations — receptive aesthetics; understanding — hermeneutics.

Media teachers G. Ya. Vlaskina [1], O. F. Nechai [2] pointed out that, for all the fairness and expediency of involving different scientific disciplines in the study of communication problems, one should not link this or that area of theoretical research with only one communicative element. Thus, from the point of view of technical means of communication, not only the channel, but the whole communicative process can be considered. And from the point of view of semiotics one should analyze not only the text (message) itself, but also the communicator's

role in the process of its coding (creation) and the communicator's role in the decoding (perception) process.

The idea of media education on television material

Justifying the expediency of using television programs in media education, O. F. Nechai noted that «the new aesthetics of the technogenic era is embodied in a concrete, cultural policy, it is inseparable from the practice of the mass media, carrying the audience some or other spiritual values and social concepts. That is why these values and notions are the starting point for a theoretical analysis of TV's creative potential» [2, p. 98].

The inclusion of a visible author and a visible viewer in a TV program is a fundamentally important communicative moment that largely determines the aesthetic properties and artistic image of the program. In folklore, the creator and the listener participated in an aesthetically significant communicative act on equal terms and reciprocally. Television is able to restore this broken communication: the communicator and the communicant are «drawn» into the TV program, enter the screen space together with the river of time flowing into it.

O. F. Nechai paid special attention to television programs, marking them as a unique phenomenon of culture in the XX century. Explaining the concept of «TV program», the media teacher points out that it is necessary to distinguish the system and the process. As a system, a television programme is an integral, constantly increasing set of individual screen works, i.e. a metatex consisting of single texts. As a process, it is a constantly evolving in space and time, a communicator message to the audience, with a beginning, but with no foreseeable end. Thus, the television program is understood as both metatex and metaprocess.

O.F. Nechai's point of view is very interesting because it also reflects the current realities of the information environment: in the broad sense, a «program» is the realization of certain goals with the help of a message conveyed in the act of communication. In other words, its goal is not just to deliver a text to the audience, but to «implement» a certain (given by the authors) «order» about the forms of social behavior and social activities. Today it is possible to say that such notions as «program», «programming» have become part of modern technology and computer science.

Studying the sources of programming leads O. F. Nechai to parallels of communicative and aesthetic programs on TV with folklore as a phenomenon that appeared at the early stages of artistic culture development.

With the advent of professional artistic creativity, a special form of art existence was established — a single, independent work of art, which has a closed structure and is addressed to the audience without direct communication with others.

When addressing the programme as a metatext (set of texts), media teachers shall be guided by the peculiarities of its communicative and aesthetic integrity, specific structural properties and ways of assembly interconnection of elements. A single text here is no longer equal to itself taken out of context. Moreover, the structure of such texts is conditioned by the influence of the whole program.

The integrity of the cultural phenomenon of a program is determined by its social functions, its orientation to solving communicative tasks important for society. While emphasizing the commonality of folklore and television cultural and communicative programmes, it is also important to rely on their differences (in particular, the author's character of media cultural works and the anonymity of folklore works; the difference in their genre nature, etc.).

The main similarities include the fact that television programmes, like folklore, are meta-transmissions with a universal, mass impact, functioning on the scale of society and not only in its individual spheres. Such programs could (in the period of perestroika in the USSR) realize the global task of cultural and communicative integration of all members of society and, at the same time, socialization of each of them through approval of a certain system of moral and aesthetic values and norms of behavior.

The purpose of the media education model on the material of television: culturological education, formation of aesthetic ideals of schoolchildren in the process of media education on the material of television.

Conceptual basis of the media educational model on the material of television: the synthesis of aesthetic and culturological with the elements of the ideological theory of media is the basis.

The tasks of media education

1. Aesthetic education of pupils and students. The aesthetic perception of the television programme was related to the reflection of reality at the present time. This situation contributed to the effect of maximum closeness of the viewer to the events taking place in the world, his aesthetic perception of events. The aesthetic component was inherent to both documentary and art-play programmes on television.

2) Ecological education of schoolchildren and youth using television programs. To solve this problem, media teachers (O. F. Nechay, G. Y. Vlaskina) also draw parallels between television and folklore. In the sense of establishing an emotional balance between man and nature, a television programme to a certain extent assumes functions that used to belong to folklore.

It was in the twentieth century that mankind faced environmental problems with unprecedented severity. Environmental pollution and poisoning raised the question of the conditions for further life of man as part of this environment. Mankind begins to pay special attention to the experience of early stages of its development, in particular, communicative and aesthetic experience of folklore of the peoples of the world. The heritage of folklore not only should not be forgotten, but also multiplied, popularized, to become a part of new human thinking.

Here television as folklore fulfilled responsible social and aesthetic tasks to educate the ecological culture of the individual. The image of nature not as an object of predatory consumption and extermination, but as a living, harmonious environment; the image of man is a part of the folklore worldview, which is fundamentally important for the formation of ecological thinking of telecommunications and television audience. There were separate programs devoted to nature — «In the world of animals», «Plant world»; programs, addressed to amateur gardeners, telling about people, working in agriculture; integral image of ecosphere, Earth biosphere sometimes appeared in programs on space themes and so on.

Audience of the media educational model on TV material: high school students.

Form of organizing media educational classes on TV material: it was supposed to organize extra-curricular classes, for example, optional or circle classes.

Methodology of media education. Among the methodological methods, O. F. Nechay and G. Ya. Vlaskin offered various types of analysis of TV programs and their structural units. An example of this is the analysis of the screensaver for programs. It is important to pay attention of schoolchildren to the fact that from static screensavers become more and more dynamic, from naive and straightforward — associative and metaphorical. Often they turn out to be as if an independent «attraction» of the program, the expression of its artistic image (screen saver-game, screensaver, advertising, etc.): in the program «The obvious — the incredible» image was embodied in an animated screen saver, symbolizing the process of development of life on Earth, the program «Time» — schematically depicted the globe and the USSR.

Media teachers noted that the study of the screen saver is an important link in the analysis of the program, as it is an element of television design that aesthetically enriches the television program. O. F. Nechay predicted that «so far we are talking about the design of individual programs. But this stage should naturally be replaced by the stage of an artistically integral plastic solution of large program zones. For example, the «corporate style» of a television channel is possible — with a designer's elaboration of broadcasting calendar cycles meeting the life rhythm of people's labor and rest» [2, p. 102].

Among the methods used by media teachers, we can highlight the formulation of problematic issues for the audience. For example: «What are the principles of unification of texts within the programme?», «What are the ways of interaction of texts within the programme?», «What are the similarities and differences between texts within the programme?».

In the course of conducting a media education session with schoolchildren using problematic questions, as well as studying the program of TV programs, it is important that students remember that the TV program reproduces the day, week, month, year cycle of human activity. Then, by analogy, they will see that this life activity is reflected on the screen. Thus, the viewer was set up for morning exercises (physical and psychological) daily «120 minutes». Then, alternating, there were documentary and art-game programs, first of all, for children. The evening block included films, the «Time» program, art, art and publicity programs and news. At the end of the week, the informational and musical programs «The View» and «Before and After Midnight» completed the past day and started new programs. Of course, the central place in the evening block, gathering the most mass audience, was occupied by the program «Time», which presented the television image of the past day, current news and a brief commentary on them. The structure of the program «Time» is noticeably similar to the integral broadcasting system: the stability of some elements with the variability of others, flexibility and freedom of assembly joints.

Thus, during the media education session during the preparation of answers to problematic questions the pupils came to the conclusion that the TV program (as a meta-text) represents a kind of screen model of the planet's life in 24 hours. If necessary, such a model is selective, it accommodates only the main, most significant one. Among the main conclusions of the lesson it can be noted that, in general, the broadcast television program and its elements are characterized by a process of homogenization — there is a synthesis, combining different genres, types of messages, forms of material presentation. Individual, independent programs are in the field of interaction, echoing, for example, when the same topics are embodied in the journalistic and artistic genres, in documentary and game form.

To solve the problems of the media education model on the material of television, classes aimed at revealing the aesthetic elements of the television program are important. Schoolchildren were offered tasks in which they identified the aesthetic structure of the TV program, its elements that play the role of links between individual texts. Screensavers painted and made by video; landscape sketches and photo stories; individual musical and plastic numbers (clips) used in broadcasts as spectacular rebounds, etc., could be offered for analysis. Schoolchildren should answer the question: «What is the role of these screensavers?». As a general conclusion, we can say

that such «intermediate» teletexts participate in the construction of the program as a space-time unity, give it a certain rhythm, form a context for larger program units, set the audience to the perception of television messages of this or that type.

Conclusions: The relevance of using television in media education is justified by media teachers during perestroika time in the USSR. O. F. Nechay notes that the television program (in the communicative and aesthetic aspect) has many similarities with the primitive syncretic culture of humanity — with folklore, among which the main one is the «introduction» of cultural programs to the widest audience. Therefore, television during perestroika played a socially-integrating role in society.

Thus, the media teachers' appeal to television as a means of media education was justified by the fact that during perestroika in the USSR, television program was understood as a fundamentally new cultural text (meta-text) with its own structure, communicative and aesthetic properties. TV program is one of the most significant communicative and aesthetic phenomena of the XX century.

1. Vlaskina G. Ya. Aesthetic education of high school students by means of television and radio: abstract dissertation. M., 1985. 205 p. [Вернуться к статье](#)
2. Nechay O. F. On television communication and aesthetics. Moscow : Iskusstvo, 1990. 119 p. [Вернуться к статье](#)

УДК 378.14

А. В. Овсянников

*доцент кафедры информационных технологий
Белорусского государственного университета,
кандидат технических наук, доцент (Беларусь)*

ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЙ В ДИСЦИПЛИНАХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Рассматриваются вопросы современных направлений развития и использования интернет-коммуникаций в образовательном пространстве. Указываются особенности применения цифровых, интерактивных и мультимедийных образовательных технологий в дисциплинах информационных технологий. Анализируются особенности практического использования дистанционного обучения, интернет-коммуникаций библиотек образовательных учреждений и личных мобильных интернет-коммуникаций участников образовательного процесса. Отмечается ключевая и управляющая роль преподавателя в обеспечении сбалансированности и уместности использования интернет-ресурсов.

A. V. Ovsiannikov

Features of internet communications in disciplines of information technologies

The questions of modern directions of development and use of Internet communications in the educational space are considered. The features of the use of digital, interactive and multimedia educational technologies in the disciplines of information technology are indicated. The features of the practical use of distance learning, Internet communications of libraries of educational institutions and personal mobile Internet communications of participants in the educational process are analyzed. The key and leading role of the teacher in ensuring the balance and appropriateness of the use of Internet resources is noted.

Современный образовательный процесс, образовательные технологии не могут рассматриваться в настоящее время без активного использования интернет-ресурсов и интернет-коммуникаций. В этой связи открывающиеся возможности и перспективы цифровизации образовательного пространства становятся все более актуальными и востребованными.

Инструментарий передовых образовательных технологий предполагает использование на практике множества взаимосвязанных подходов, методик и компонент, встроенных в базовую траекторию образовательного процесса. При этом становится очевидным, что ни одна из этих технологий или их некоторой компиляции не может обойтись без средств и систем цифрового взаимодействия (коммуникации), мультимедийных образовательных ресурсов и соответствующей инфраструктуры. Такая инфраструктура призвана обеспечивать

функционирование и развитие образовательных ресурсов и средств коммуникативного взаимодействия. Особенная актуальность и целесообразность применения цифровых образовательных технологий проявляются в условиях постоянной динамики образовательного процесса, наблюдающейся в последние годы [1–3].

В связи с отмеченными обстоятельствами представляет интерес обсуждение некоторых практических соображений в направлениях, касающихся использования интернет-коммуникаций в образовательном процессе.

Образовательные комплексы дистанционного обучения позволяют внедрять в учебный процесс интерактивные элементы медиатехнологий, сделать его более наглядным и доступным для восприятия. Использование таких технологий не позволяет концентрировать внимание обучаемых на важных составляющих рассматриваемых тем за счет эффектов анимационной графики, усиливать и управлять мотивацией к обучению, систематизировать полученные знания, формировать интерактивную медиакомпетентность [4; 5].

Наиболее «продвинутыми» в сфере цифровой интернет-коммуникации систем управления обучением (Learning Management System — LMS), специально разрабатываемых для создания онлайн-курсов, можно считать платформы Moodle и Google classroom. Особенно полезными и востребованными они оказываются, как показывает практика их применения, для специалистов негуманитарного профиля, так как читаемые курсы в этом случае насыщены формулами, графикой и т. п. материалом. Восприятие такого материала «оживляется» средствами интерактивного инструментария, мультимедийными эффектами.

Например, в таких аналитических курсах, как «Теория автоматов и формальных языков», «Алгоритмы и структуры данных», «Теория информации», восприятие материала качественно улучшается за счет использования анимационной графики, «наглядности» идей и алгоритмов, разнообразия примеров.

В дисциплинах практической направленности, таких как «Исследование операций», «Менеджмент программного обеспечения», «Управление проектами», включение ситуационных, игровых медиамоделей в материал занятий позволяет добиться положительного эффекта обучения за счет приближения к реальным, практическим задачам сферы деятельности.

В целом в рамках дистанционного обучения создается ситуация, когда обучающийся сам участвует в деятельности, в самостоятельной постановке проблем, выработке и принятии решения, формулировке выводов и прогнозов.

Вместе с тем направление дистанционного обучения в интернет-коммуникации требует более высокой компетентности преподавателя. Как

пример, можно привести проведение аудиторных занятий с их съемкой на цифровую камеру и последующим использованием такого рода видеоматериалов.

Интернет-коммуникации библиотек образовательных учреждений обеспечивают доступ к электронным учебно-методическим комплексам (ЭУМК) по дисциплинам. ЭУМК, разрабатываемый как электронный образовательный ресурс, является обязательным компонентом читаемого курса и в основном выполняет справочно-информационную роль.

Действительно, электронный учебно-методический комплекс обеспечивает интеграцию и представление в одном электронном документе главных методических, теоретических и практических аспектов изучаемой дисциплины. Содержащиеся в нем наборы тестовых заданий с ответами также решают важную методологическую задачу. Вместе с тем следует подчеркнуть, что при такой конфигурации системы электронной коммуникации (студент — электронный учебно-методический комплекс) роль преподавателя сводится только к дополнительному офлайн-консультированию. В этой связи дополнение электронного учебно-методического комплекса еще одной системой электронной коммуникации, а именно системой управления обучением (LMS), позволяет повысить эффективность применяемых преподавателем на практике современных образовательных технологий.

Безусловная насыщенность образовательного пространства интернет-коммуникациями отвечает и способствует решению множества современных (и на перспективу) задач обучения. В то же время следует отметить: при положительном, в целом, отношении преподавательской среды к внедрению средств цифровой коммуникации в образовательный процесс существует неоднозначное отношение к масштабам этого внедрения.

Обращает на себя внимание факт наличия в студенческой среде множества собственных средств личной интернет-коммуникации, используемых ими в ходе занятия. Зачастую возникают опасения чрезмерности, нецелесообразности и неправомерности использования интернет-коммуникаций в ходе проведения занятий.

В этом случае очевидна ключевая и руководящая роль преподавателя, который наравне с обучаемыми должен быть постоянно включен в учебный процесс. Потеря живого общения с преподавателем может привести к дезорганизации всего учебного процесса. Очевидна управляющая и направляющая роль преподавателя в коммуникативном процессе.

Одна из важнейших задач преподавателя в этой связи состоит в обеспечении сбалансированности и уместности использования интернет-ресурсов [6]. В качестве примера можно привести использование личных мобильных

устройств, обеспечивающих коммуникацию с интернет-приложениями в ходе проведения лабораторных или практических занятий. Такие личные мобильные коммуникации в реальном времени являются дополнительным инструментом образовательного процесса.

1. Карыев Б. Интернет: цифровая революция эры мгновенной коммуникации. Мегасила, история и влияние на общество. Изд-во «Litres», 2017. 162 с. [Вернуться к статье](#)

2. Егоршин А. П. Деловые коммуникации. М. : НИМБ, 2015. 320 с. [Вернуться к статье](#)

3. Доронина Е. Б. Повышение эффективности создания и функционирования сложных систем на основе анализа коммуникативных процессов // Science Time. 2016. № 4. С. 244–254. [Вернуться к статье](#)

4. Жапарова С. Внедрение системы дистанционного обучения Moodle в высшем образовании. М. : LAP Lambert Academic Publishing, 2019. 112 с. [Вернуться к статье](#)

5. Никуличева Н. Дистанционное обучение в образовании: организация и реализация. М. : LAP Lambert Academic Publishing, 2019. 220 с. [Вернуться к статье](#)

6. Овсянников А. В., Нифагин В. А. Инновационные технологии в образовательном процессе: сбалансировано и адекватность применения / Медиафера и медиаобразование: специфика взаимодействия в современном социокультурном пространстве : сб. ст. / Могилев. ин-т МВД ; редкол.: С. В. Венидиктов (отв. ред.) [и др.]. Могилев, 2015. С. 296–300. [Вернуться к статье](#)

УДК: 81'243:81'272:378:005.6:004.77

T. O. Pakhomova

Professor Department of English Philology of Zaporizhzhia National University, Doctor of Philology, Professor (Ukraine)

N. O. Nadtochii

Associate Professor of Department of English Philology of Zaporizhzhia National University, PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor (Ukraine)

PROFESSIONAL FOREIGN LANGUAGE COMPETENCE IN THE ACADEMIC ENVIRONMENT: ESSENCE, FUNCTIONS, FEATURES IN THE CONTEXT OF MEDIA EDUCATION

The article deals with the problem of foreign language communicative competence structure and formation in the sphere of professional education. The authors of the article trace back the origin of the stated phenomena and follow the process of its development until modern state. The multicultural and international approach to the studying of communicative competence formation in the context of media education gives the possibility to realize general tendencies and principles of its amplification, to maintain its holistic study. The research shows that the essence of the «competence» concept, its characteristic features, specific peculiarities remain at an intuitive level of understanding.

Т. А. Пахомова, Н. А. Надточий

Профессиональная иноязычная компетенция в академической среде: сущность, функции, особенности в контексте медиаобразования

Статья посвящена проблеме иноязычного образования в условиях развития цифрового медиaprостранства, основными характеристиками которого являются глобализация, информатизация, технологизация, межкультурная коммуникация. В статье рассматривается проблема формирования иноязычной коммуникативной компетенции в сфере профессионального образования. Авторы статьи прослеживают происхождение данных явлений и процесс их развития до сегодняшних дней. Мультикультурный и международный подход к изучению коммуникативной компетентности дает возможность осознать общие тенденции и принципы ее повышения в рамках комплексного изучения. Анализ зарубежного опыта изучения иноязычной коммуникативной компетенции позволяет сопоставить самостоятельные подходы, которые применяются в США и европейских странах. Тщательный анализ структуры коммуникативной компетенции обеспечивает выбор эффективных способов ее формирования. В статье рассматриваются подходы, направленные на решение проблемы в соответствии с предметом и областью применения конкретной научной области: педагогики, лингвистики, психологии и философии. В связи с концептуальным обзором современных подходов к преподаванию иностранных языков в

высшем образовании, предполагающих полную интеграцию языковой и профессиональной подготовки, авторы проводят тщательный ретроспективный анализ проблемы компетенции профессионального общения на иностранном языке в системе высшего образования. Исследование показало, что сущность понятия «компетенция», его характерные черты, специфические особенности остаются на интуитивном уровне понимания. Многие вопросы, касающиеся терминологии концепции коммуникативной компетентности, остаются открытыми. Многообразие взаимодействующих языков и культур, текстов и текстовых форматов, циркулирующих в глобальном информационном пространстве, определяют особенности формирования профессиональной иноязычной компетентности в контексте медиакомпетентности. Информационное пространство человека значительно расширяется в тот период, когда он начинает осваивать иностранный язык. Известно, что процесс освоения медиа на изучаемом языке гораздо более противоречив и имеет свою специфику в сравнении с родным языком. В связи с этим представляется актуальным рассмотреть проблемы формирования профессиональной иноязычной компетентности в контексте медиакомпетентности, ее сущность, функции и специфику.

Foreign language communication competence has a long history of research. There are numerous models that operate in different educational systems. It is widely recognized that the category of «communicative competence» is a multidisciplinary phenomenon that reflects the achievements of various linguistic, pedagogical, psychological, philosophical and other scientific areas. Studying and analysing the experience of domestic and foreign higher education is a necessary condition for further improvement of foreign language competence formation process of a specialist. The higher education system in the developed countries is quite mobile and flexible. It responds promptly to changes, which take place in the economy, science, and culture. Leading industrialized countries have been holding the palm of the world for many years in developing the theoretical and practical aspects of language / foreign language education. That is why the issue of studying the world experience in terms of this educational phenomenon becomes relevant.

The study of this article problem is up-to date, first of all, due to existing sharp contradiction between the requirements to the level of proficiency of future foreign language specialists, which grows from year to year, and their actual, as a rule, low level of practical skills in using a foreign language in everyday professional environment.

A considerable amount of both domestic and foreign studies is devoted to the problem of teaching a foreign language in higher education. In particular, aspects such as: the importance of language training in shaping students' professional orientation (O. Artemyev, V. Bidenko, O. Leontovich, R. Millrud, etc.); methods of teaching a foreign language for specific purposes and formation of a foreign language professionally oriented communicative competence in professional communication

(A. Andrienko, E. Bibikova, N. Galskova, A. Mirolubov, O. Tarnopolsky, V. Tenishchevsky, I. Chirva and others); methods of teaching a foreign language to specialists of different expertise areas (G. Savchenko, L. Kotliarova, E. Miroshnichenko, L. Maniakina); creation of electronic initial support for teaching a foreign language for specific purpose (A. S. Drach, T. O. Pakhomova, G. Saprykin) and others are well covered.

However, none of the abovementioned approaches has fully solved the task of creating a coherent system of foreign language teaching at a higher educational institution so far. The absence of such a system is related to the specificity of foreign language teaching in higher education compared to other types of educational institutions.

In connection with the conceptual review of modern approaches to teaching foreign languages in higher education, which imply full integration of language and vocational training, there is a need for a thorough retrospective analysis of the competence problem of professional communication in a foreign language in the higher education system, which is the purpose of this article.

Many scholars study the question of the competence concept connection with the related concepts of «competency», «ability», «qualification», «literacy», «proficiency», «professionalism», «culture», «technology», which function in the same context with the concept of competence. «Language ability» can be considered as a dynamic mechanism that is constantly developing and complexifying and belongs to the language awareness of the individual. It is a system of potential linguistic representations [1], a device aimed at carrying out certain processes that have certain capabilities (and restrictions imposed on them) that are determined by the material substrate — the brain. Linguistic ability consists of several components — phonetic, lexical, grammatical and semantic ones.

Thus, the concept of «competence / competency» introduction into scientific circulation aroused particular interest of researchers of different fields of knowledge in this phenomenon, which led to a large number of different approaches formation to its study, contributed to the creation of appropriate typologies. At present, we can observe a considerable interest in the formation of foreign language communicative professional competence both abroad and in national pedagogical science.

It should be noted, that the analysis of foreign experience of studying foreign language communicative competence makes it possible to establish the existence of independent approaches that are implemented in the USA and European countries. Thus, the American model is focused primarily on the willingness and ability of university graduates to apply the results of foreign language education in practice. In this case, the competence is considered to be authentic, practically oriented to the for-

mation of skills, abilities, personal achievements in self-development based on the actualization of situations, as close as possible to the requirements of professional activity.

The American tradition of competences research is based on behaviour. American researchers study «people-in-work», and the concept of «competency» is deciphered through the individual characteristics inherent in behaviour: personal characteristics, motives, values, habits, self-concept, knowledge, skills. In fact, competencies in this approach are certain «repositories» filled with a variety of content.

Today we can say that the American approach to the study of competencies is simultaneously developing in two directions. The first area is focused on the study of individually presented competencies. This area can be called psychological, as it is based on the work of psychologists. The second area is related to the systematic approach, which involves the view of the student as a particular subject of learning, while also bearing the characteristics of integrity and structure.

The European approach to the formation of students' competencies (in particular, in France and Germany) is related to the accentuation of two main areas: personal and collective, related to the assessment of linguistic behaviour, the formation of behavioural characteristics. In this regard, communication in a foreign language is considered as one of the universal signs of readiness for professional activity.

Besides the American tradition, there are other approaches, which are fundamentally different in terms of both tasks and content. The most developed non-USA perspective on competence issues is the British approach, which is largely related to the development of the national education system. The UK Department for Education has taken into account a specific competence model. It is different from the basic American models and not just a set of competences, but also tries to determine their relationship. The result is a special «tetrahedron of competences», which includes: cognitive competences (knowledge and understanding based on formal learning and experience), functional competences (abilities, specific skills that a person can demonstrate in his field), personal competences (understanding how to deal with specific situations, motivation to improve performance), ethical competences (values, points of view, on the basis of which decisions are made and actions taken), meta-competences (ability to respond to criticism positively, to cope with difficult situations). In the frames of this approach, some traces of the American model can be found, but there are differences. In particular, the British model is more clearly structured and provides equal opportunities for the development of each competence cluster.

In general, one can say that a distinctive feature of the British approach is the fact that competences are seen as requirements for a specialist for professional tasks.

It is based on professional standards containing a set of roles for each profession. These roles are divided into competences for which behavioural indicators are defined. It is believed that British models are more functional. They contain two clusters of competences — behavioural and functional (technical). The latter are more often specified as computer and Internet use (according to The Chartered Institute for Personnel and Development — CIPD). Among the most commonly stated competences for different professions are: communication skills, people management skills, focus on outcomes, problem solving. An important aspect that fundamentally differentiates the British approach from the American one is that for British researchers, the starting point for the competency issues exploration is social problems. Such British interpretation of competences is fundamentally opposed to American models that are built from the standpoint of efficiency.

By analysing the development of the competences theory in France, it can be found out that at present it is impossible to speak of any form of approach that would clearly identify the French position in matters of competence. At the same time, one can speak of a certain peculiarity of French models.

French models represent something in-between American and British, as they use analogues of behavioural and functional competences. It is generally accepted, that the structure of French models always includes three elements: knowledge, experience and behavioural characteristics. German studies are even more complex than French ones. This is explained by the practice of using qualification standards. In Germany, they are based on a list of key knowledge related to the history of the craft communities' development.

The German educational model includes three clusters of competences: vocational or subject, personal and social. These competences are based on methodological competences (ability to extrapolate skills, problem solving, creativity) and educational competences (ability to learn, to develop learning skills). German models are slowly evolving and tend to standardize.

The national experience of research in the area of competence testifies a wide variety of thoughts. Actually, the research works, presented mainly by a selection of candidate and doctoral theses in pedagogy and psychology, form a compromise position (if it is determined through the opposition «American model — British model»). Researchers, as a rule, consider the competences to be a convenient taxonomy that allows combining heterogeneous characteristics, which are evaluated by different but well-established psychological methods. This approach allows you to break the boundary between the characteristics of a person as an individual and the subject of activity, to combine psychological and social characteristics.

Thus, the most developed of non-American views on the problem of competencies is the British approach, generally related to the development of the education system. It is based on professional standards that contain a set of roles for each professional position. These roles are divided into competences for which behavioural indicators are defined. For the British approach, it is important that a person can demonstrate specific skills in practice, he / she is able to do what is required by the standards, this approach compiles educational programs.

A distinctive feature of the British approach is the fact that competences are seen as requirements for the employee on the part of tasks, besides, for British researchers the starting point in the study of competence problems is the need to ensure socially responsible activities. German studies are even more complex than French ones. The German educational model includes three clusters of competences: vocational or subject, personal and social.

Today, bilingual training is the most popular tendency in the countries of America and Europe. Studies of language and vocational education in the United States, Germany, and Canada are used by specialists from other countries. For example, Austrian researchers have developed and implemented four models of bilingual education (identificational, integrational, monocultural and multicultural) into the educational process. The achievement of foreign language education in the given sphere is also remarkable in the higher technical educational institutions of Great Britain, where significant structural and substantive transformations in the country's education system in order to form a European-wide educational space have taken place in recent years.

Currently, different approaches to the study of competences: cultural-speech, linguistic, psycholinguistic, linguistic-cognitive, linguistic — oratorical and others exist. Thus, the cultural-speech approach puts the task of forming a speech culture of the linguistic personality. Within this approach, theories of linguistic culture [2] are developed, and the description of linguistic personality types in accordance with any level is made. Within the framework of the linguistic-didactic approach, the concept of competence is developed in relation to the theory and practice of teaching native and foreign languages [3]. The psycholinguistic approach addresses the problems of ontogeny: the formation of a child's language / speech ability, his/her speech thinking [4], linguocognitive approach in the study of language / meta-language awareness of native speakers [5] is associated with this approach. Sociolinguistic approach considers the problem of competence of linguistic personality formation in the process of his/her socialization [6]. Within the framework of the linguistic-oratorical approach [7], the competence of the native speaker is explored from the standpoint of rhetorical text formation, classified according to the stages of the rhetorical canon.

This list is far from final. New approaches to the study of the problem of foreign language competence in professional activity continue to emerge.

According to Z. N. Korneva, due to the socio-cultural concept of teaching foreign languages, deviations from the absolutization of the communicative approach and the formation of communicative competence of future specialists in pure form have been recently observed [8]. The purpose of teaching a foreign language is the need to develop an intercultural, professionally oriented foreign language communication competence. Along with this point of view, there are other, one might say, alternative ones. According to them, at the present stage not only the competent approach prevails, but the general «competence» of education takes place, so, the priority of this area is indisputable. However, it must be too early to draw conclusions of this the problem discussion. We can say that the essence of the «competence» concept, its differentia specifica (characteristic features, specific peculiarities) still remains at an intuitive level of understanding.

The above mentioned analysis allows us to state that the definition of the essence, functions, and features of professional foreign language competence formation in the context of media education creates a theoretical basis for solving such up-to-date practical problems as: adapting media to the educational space in order to organize communication in a multilingual and multicultural environment; the development of foreign language communicative competence and media competence in foreign language classes; changing requirements for the «professiogram» of a foreign language teacher.

1. Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность. Ленинград : Наука, 1974. 427 с. [Вернуться к статье](#)
2. Гольдин В. Е. Обращение : теоретические проблемы. М. : Либроком, 2009. 136 с. [Вернуться к статье](#)
3. Богин Г. И. Обретение способности понимать : Введение в герменевтику. М. : Психология и Бизнес Он-лайн, 2001. 731 с. [Вернуться к статье](#)
4. Седов, К. Ф. Дискурс и личность : эволюция коммуникативной компетенции. М. : Лабиринт, 2004. 320 с. [Вернуться к статье](#)
5. Красных, В. В. Основы психолингвистики и теории коммуникации. М. : Гносис, 2001. 270 с. [Вернуться к статье](#)
6. Карасик В. И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с. [Вернуться к статье](#)
7. Голышкина, Л. А. Риторические технологии в практике формирования текстовой компетенции студента — журналиста // Языковое образование в вузе : теоретические и прикладные аспекты. Новосибирск : НГТУ, 2015. С. 309–313. [Вернуться к статье](#)
8. Корнева З. Компонентний склад іншомовної професійно-орієнтованої комунікативної компетентності студентів ВТНЗ // Молодь і ринок. 2014. № 6. С. 36–41. [Вернуться к статье](#)

УДК 81-25

*Л. В. Судина**преподаватель иностранного языка**ГБПОУ «Кущёвский медицинский колледж»,**аспирант 3-го курса ФГБОУВО «Армавирский государственный педагогический университет» (Россия)*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РАДИОРЕКЛАМЫ В СОЗДАНИИ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ

В статье рассматриваются особенности радио как средства массовой информации, сохраняющего в современных условиях свою актуальность, а также роль радио-роликов в создании положительного имиджа учебного заведения. Автор приводит примеры прямого и косвенного воздействия радиорекламы на сознание реципиентов, подтверждая ее эффективность как простого, быстрого и доступного способа коммуникации между учебным заведением и общественностью.

*L. V. Sudina**Using radio advertising in creating a positive image of an educational institution*

The main point made in the article is that radio is still the most cost-effective advertising medium today, having a number of features to be taken into account and used when forming a positive image of an educational institution. The goal of a radio commercial is to increase the demand for a product or service. Being a market tool and social institution, advertising affects a person as a biological and social unit. In this regard, it carries the information which affects the feelings and thoughts of a person as a complex, based on his physical sensations and social experience. Radio advertising is a simple, fast and affordable way of communication between an educational institution and the public.

На сегодняшний день маркетинг предлагает множество разных способов распространения информации. В середине 90-х гг. XX века пришедшие из-за рубежа в Россию новые рекламные технологии быстро завоевали рынок. Реклама — неотъемлемая часть современной жизни. Сегодня существует множество разных способов и каналов передачи рекламных сообщений: наружная реклама, печатная реклама, теле- и радиореклама, реклама в Интернете, социальных сетях и др.

В этой статье мы более подробно рассмотрим феномен радио, а также использование радиорекламы для создания положительного имиджа учебного заведения.

Более ста лет радио является неизменным спутником человека. Слово «радио» в переводе с латинского radiare означает «излучать, испускать лучи, сиять, сверкать, блистать» [1].

Мировое сообщество по сей день спорит, кем же из ученых в конце XIX века было изобретено радио: в Италии изобретателем радио считается Г. Маркони, в США — Н. Тесла, во Франции — Э. Бранли, в Германии Г. Герц, в Великобритании — О. Лодж, в России — А. Попов. Все ученые проживали в разных странах, не были связаны друг с другом, но одновременно работали над одинаковым проектом [2, с. 94].

Преимущества радиосвязи были оценены обществом к 1910 г., два года спустя состоялась первая радиопередача из Метрополитен-оперы в Нью-Йорке, а начиная с 1920 г. в США начинается регулярное радиовещание, что привело к возникновению принципиально новой ситуации в функционировании СМИ. Радиостанции активно осваивали информационную, образовательную, религиозную и развлекательную сферы.

В России к 1917 г. радио становится популярным средством массовой информации. Через год появляется радиостанция «Вестник РОСТА», с 1921 г. становится возможной передача музыки и голосового вещания. В эфире Советского Союза зазвучали пропагандистские стихи, сатирические рассказы, в 1923-м г. состоялся первый радиоконцерт. С 20-х гг. XX века радио проникает в общественную и культурную жизнь многих европейских стран.

Первой особенностью радиорекламы является широкий охват аудитории [3]. Радио считается самым массовым источником информации, т. к. охватывает такую категорию людей, к которым телевидение, пресса, Интернет доходят в последнюю очередь, или же тех, кто не может отвлекаться на визуальную картинку, например, автомобилисты, сотрудники и клиенты в офисах, магазинах. Как средство коммуникации радио является удобным, неприхотливым, всеобщим и общедоступным, дает возможность круглосуточного звучания, частых повторов. Радио звучит фоном, поэтому человеку не обязательно на него отвлекаться, но информация, полученная аудиально, откладывается у него в памяти.

Второй особенностью радио является специфическая целевая аудитория. Радиостанции знают портрет своего слушателя: возраст, пол, образование, социальный статус, среднемесячный доход, музыкальные и новостные предпочтения. Радиопрограммы всегда ориентированы на вкусы своей аудитории, в этом смысле они являются специализированным средством рекламы. На радио можно успешно размещать адресную рекламу. Воздействовать на определенные целевые аудитории посредством радио стало возможным благодаря тому, что с начала 90-х гг. XX века появились агентства, проводящие социологические исследования, в том числе — исследования медиапредпочтений [4].

Целевую аудиторию привлекает музыкальное содержание, специализированные программы, особая стилистика передач, тип общения со слушателем,

тематический спектр, подача материала, акценты в вещании. Эти параметры позволяют слушателю выбрать «свой канал», который нравится лично ему, где понимают его вкусы, вместе с ним разделяют одни и те же культурные ценности, традиции, социальные установки.

Третьей особенностью радиорекламы является ее мобильность и всеобщность. Радио как СМИ находится ближе всего к месту продаж. Это преимущество заключается в том, что информация достигает слушателя гораздо быстрее, с меньшими затратами и усилиями для него, чем, например, через газету или журнал, где адресат как минимум должен пойти и купить или выписать печатное издание, затем внимательно его изучить, чтобы на конкретной странице заметить предназначенное для него рекламное сообщение. Чтобы увидеть полезную информацию на телевидении, зрителю также необходимо предпринять определенные усилия: в определенное время находиться в определенном месте (у телевизора) и смотреть определенный канал, чтобы увидеть предназначенное ему рекламное сообщение.

Такая же ситуация складывается и с наружной рекламой, т. к. она зафиксирована в конкретных местах (над дорогой или вдоль дорог и др.), и если маршрут адресата не проходит в точках размещения наружной рекламы, то у него не будет шанса увидеть направленную ему информацию. Звуковая реклама давно уже выходит за пределы радиостанций и активно применяется в метро, в наземном транспорте, в магазинах, на ярмарках, выставках и вернисажах, в учреждениях и организациях, в театрах и кинотеатрах, и, как следствие, такие сообщения являются средством немедленного действия.

Четвертая особенность состоит в том, что психологическое воздействие информации проявляется в процессе переработки рекламных сообщений — в эмоциях, мыслях, чувствах, возможных решениях, обуславливающих конкретные поведенческие акты покупателя. В рекламный процесс оказываются вовлеченными феномены переработки информации — ощущения, восприятие, внимание, память потребителя.

Специалистами выделяется когнитивный (познавательный) уровень рекламного воздействия, который включает в себя психические процессы, связанные с приемом, переработкой и хранением рекламной информации. Результаты исследований свидетельствуют о том, что люди лучше запоминают список слов, предъявленный им на слух, чем тот, который они видят в изображении, например на фотослайде. Этот эффект обусловлен физиологическими особенностями восприятия. Ухо реагирует быстрее, чем глаз. Неоднократные проверки показали, что мозг способен воспринять произнесенное слово за 140 миллисекунд, а на понимание печатного слова требуется 180 миллисекунд. Психологи

полагают, что разница в 40 миллисекунд тратится мозгом на то, чтобы перевести зрительное изображение в слуховое, которое мозг может воспринять. Человек не только слышит быстрее, чем видит, его слуховое восприятие длится дольше, чем зрительное. Зрительный образ — картина или печатные слова — затухает менее, чем за одну секунду, если мозг не предпринимает специальных усилий для запоминания сути увиденного. Слуховое же восприятие длится в пять раз дольше.

Исследования указывают на то, что влияние произнесенного слова не прекращается никогда. Следовательно, слушать сообщение более эффективно, чем читать, т. к. произнесенное слово дольше хранится в памяти. Тембр человеческого голоса придает словам такую эмоциональность, которая недостижима никаким изображением [5, с. 118]. Таким образом, с точки зрения физиологического уровня радиореклама получает преимущество в воздействии на человека-потребителя.

Для привлечения внимания специалистами используется весь спектр возможностей радиокommunikации — мелодика, интенсивность, ритм, темп и тембр речи, а также музыкальное оформление и специальные эффекты.

Важная особенность использования этих средств заключается в том, что аудиальная информация в большей степени воздействует на чувства и эмоции человека. Некоторые исследователи отмечают, что реклама рассчитана на подъем эмоций. Так, Р. Харрис считает, что «влияние на эмоции зачастую самый лучший способ повлиять на наши убеждения и в конечном итоге на поведение», «чем теснее товар связан с нашими естественными положительными эмоциями, тем действеннее будет реклама» [6, с. 131].

Эмоции могут быть связаны с юмором (анекдоты, шутки, нелепые ситуации, пародии), черным юмором, шоком, эпатажными героями или ситуациями и др. [7, с. 179].

Прослушав радиоролик несколько раз, человек непроизвольно запоминает информацию. Многие могут с точностью процитировать рекламный текст или пропеть рекламную песню. Процессы памяти ответственны не только за фиксацию информации, ее хранение, но и включают механизм воспроизведения (извлечения) информации. В этом случае стоит упомянуть, что механизм извлечения информации из памяти основан на ассоциациях. Чтобы усилить ассоциации, создавать в воображении слушателя точный образ, передать нюансы обстановки, в которой происходит действие, специалистами на радио применяются специальные звуковые эффекты — рев двигателя автомобиля, шум моря, шелест раскрываемой подарочной упаковки, гул трибун и др. «Шумы содержат и проявляют и выразительные, и изобразительные оттенки. Считается,

что любой шум рождает в воображении слушателя определенные ассоциации, в некоторых случаях — зрительный образ его источника. Наиболее яркие характерные шумы могут представлять собой звуковую символику» [8, с. 13].

Еще одним из элементов привлечения внимания к радиоролику является правильно подобранная и оформленная к нему музыка или музыкальный фон. Музыка способствует запоминанию информации. Любой из нас хорошо запоминает то, что можно напевать. Исследователи отмечают, что такие «песенки, под ритм которых хочется барабанить пальцами и постукивать ногой, обладают огромной силой, поскольку они очень хорошо запоминаются», «музыка может сопровождать диалог, передавать настроение обеда при свечах и настроение циркового представления», «музыка может быть созданной специально для рекламного ролика или взята из популярной песенки» [9, с. 368].

Пятая особенность радиорекламы заключается в том, что информация слушателю подается только на вербальном уровне, и здесь важен непосредственно текст и те образы, которые возникают в сознании адресата. Графическое изображение или видеоряд отсутствует полностью.

Обращаясь к слушателю человеческим голосом, радио разговаривает с каждым человеком один на один. Поэтому особенностью любого радиосообщения является наличие личного обращения или личного общения. В. В. Смирнов отмечает, что «живая речь, по мнению известного психолога С. А. Рубинштейна, “обычно выражает неизмеримо больше, чем она собственно обозначает”» [8, с. 13].

Важным элементом рекламного сообщения на радио является текст или слово, посредством которого в голове адресата возникают образы, воздействующие не только на сознание, но и на подсознание. Поскольку смысл в рекламном тексте формируется синтаксическими и знаковыми компонентами, включая экстралингвистические особенности дикторов, музыкальным оформлением и специальными эффектами, все это используется как фон, на котором выделяются информационные единицы, а с другой стороны, создается предметный образ: целостный, яркий, эмоциональный, запоминающийся. Действия в радиороликах создаются, рисуются в воображении слушателя, невольно заставляя его быть активным участником, соавтором творческого процесса. Как выглядят герои ролика, во что они одеты, где и в какой обстановке происходит действие, какой социальный статус они занимают, слушатель додумывает самостоятельно. А к тому, что человек делает сам, он, как правило, относится серьезно и весьма позитивно. Поэтому радио часто называют самым «личным» из всех СМИ. Слушатели, которые эмоционально привязаны к определенным радиоканалам, обычно лояльны и к звучащей на этих каналах рекламе. А если радио-

ролик еще и сделан с учетом социально-психологических особенностей аудитории, то он будет легко воспринят потребителями [10].

Задача радиоролика — увеличить спрос на товар или услугу. Реклама как инструмент рынка и социальный институт воздействует на человека как на единицу биологическую и социальную. В этой связи она несет разные аспекты информации, в комплексе воздействуя на чувства и мысли человека, опираясь на его физические ощущения и социальный опыт. В этой связи учебным заведениям необходимо учитывать все особенности радио и использовать их для продвижения образовательных услуг в медиапространстве.

Вторая особенность радио, упомянутая выше, показывает, что радиостанции имеют своего специфического слушателя. Часто в вопросе выбора профессии для своих детей ключевую роль играют родители. Радио с минимальными затратами может обеспечить осуществление адресной рекламы на определенную категорию слушателей — свою целевую аудиторию.

Учитывая разнообразные возможности размещения информации на радио, можно рассмотреть несколько вариантов продвижения учебного заведения и создания его положительного имиджа в сознании общественности. К таким возможностям относятся:

1. Прямая реклама:

– рекламные ролики, которые непосредственно направлены на предоставление информации о направлениях, программах и сроках обучения, информации о работе приемной комиссии, программах переобучения, повышения квалификации, получения второго высшего образования и др.;

– имиджевые рекламные ролики — обычно направлены на отстройку учебного заведения от конкурентов либо показывают престижность образования в целом или же престижность определенных специальностей, востребованных в обществе.

2. Непрямая реклама:

– сюжеты в местные новостные программы (если таковые предусмотрены форматом радиостанции), новостные сюжеты являются одним из самых эффективных способов для учебного заведения показать свою деятельность, привлечь к себе внимание общественности, завоевать ее доверие и повысить собственный престиж; в новостных сюжетах рассказывается о значимых событиях, происходящих в учебном заведении: конкурсах, олимпиадах, мероприятиях, организованных на базе учебного заведения; говорится о студентах — победителях региональных, всероссийских и международных конкурсов; даются комментарии преподавателей или специалистов по разным вопросам, связанным с образованием;

– спонсорство таких программ, как новости, прогноз погоды, тематические передачи, дает определенное преимущество, т. к. информация о спонсоре выходит за рамки рекламного блока, не имеет соседства с другими рекламодателями и придает спонсору определенный вес и статус;

– создание специальных программ, в том числе образовательных (несмотря на то, что подготовка и производство таких программ является одним из самых затратных видов продвижения, это предоставляет шанс учебному заведению показать себя экспертом в вопросах, связанных с обучением).

Примером непрямой рекламы через предоставление информации в программу «Новости» является следующий сюжет: «В кубанской столице подвели итоги V Открытого регионального чемпионата «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia) Краснодарского края 2019–2020. Он проводился с целью повышения престижа рабочих профессий, качества профессионального образования и популяризации медицинских специальностей. В этом году в 80 компетенциях соревновалось 545 конкурсантов, в том числе студентка 4-го курса Кущёвского медицинского колледжа по специальности «Лечебное дело» — Лидия Лавинская. Она заняла 4-е место в компетенции «Медицинский и социальный уход» и награждена дипломом за профессионализм, как рассказали в образовательном учреждении. Добавим, что преподаватели колледжа Ирина Руденко и Ольга Васильева, участвовавшие в чемпионате в качестве экспертов, получили соответствующие дипломы» [11].

Как видим, создание положительного имиджа учебного заведения в сознании общественности происходит через: 1) упоминание учебного заведения; 2) рассказ об успехах студентки этого учебного заведения (диплом за профессионализм); 3) упоминание преподавателей, которые выступали в качестве экспертов, что показывает высокий профессиональный уровень самих преподавателей. Такая информация повышает доверие общественности к учебному заведению и способствует повышению статуса как самого учебного заведения, так и его студентов и преподавателей.

Таким образом, радиореклама не потеряла своей актуальности на фоне новых интернет-технологий. Радио обладает рядом особенностей, которые необходимо учитывать и использовать при формировании положительного имиджа учебного заведения. Радиореклама — простой, быстрый и доступный способ коммуникации между учебным заведением и общественностью.

1. [Linguaeterna.com](http://linguaeterna.com) [Электронный ресурс]. URL: <http://linguaeterna.com/vocabula/show.php?n=38147> (дата обращения: 20.03.2020).
[Вернуться к статье](#)

2. Блохин А. В. У истоков изобретения радио : учеб. пособ. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. 107 с. [Вернуться к статье](#)
3. Mediascope [Электронный ресурс]. URL: <https://mediascope.net> (дата обращения: 02.03.2020). [Вернуться к статье](#)
4. Воронцова А. Адресная реклама на радио // Рекламные технологии. 1999. № 6. [Вернуться к статье](#)
5. Траут Дж. Новое позиционирование. М. : Питер, 2000. 192 с. [Вернуться к статье](#)
6. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. 448 с. [Вернуться к статье](#)
7. Давтян А. А. Роль эмоций в процессе Рекламного воздействия на потребителя / Вестник ВГУ. Сер. Филология. Журналистика. 2005, № 2. С. 170–181. [Вернуться к статье](#)
8. Смирнов В. В. Реклама на радио. М. : Изд-во. РИП-холдинг, 2003. 152 с. [Вернуться к статье](#)
9. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. СПб., 2001. 797 с. [Вернуться к статье](#)
10. Чмовж И. Чистая волна. Как планировать рекламную кампанию на радио // Журнал «Индустрия рекламы». 2006. № 6. URL: <https://adindustry.ru/doc/202> (дата обращения: 02.02.2020). [Вернуться к статье](#)
11. Станицакущевская.рф [Электронный ресурс]. URL: <http://станлицакущевская.рф> (дата обращения: 02.02.2020). [Вернуться к статье](#)

УДК 37.015.31:004.77:316.776(045)

О. М. Сирцова

*доцент кафедри філософії та суспільно-гуманітарних дисциплін
комунального закладу «Запорізький обласний інститут
післядипломної педагогічної освіти» Запорізької обласної ради,
кандидат історичних наук, доцент (Україна)*

М. В. Дашко

*вчитель історії Запорізької гімназії № 25 гуманітарного профілю
Запорізької міської ради Запорізької області (Україна)*

ФОРМУВАННЯ УМІННЯ ЗАПОБІГАТИ ІНТЕРНЕТ-ЗАГРОЗАМ ЯК СКЛАДОВА МЕДІАОСВІТИ УЧНІВ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Стаття присвячена питанням аналізу та класифікації інтернет-загроз, на які наражаються учні та визначенню складових елементів медіаграмотності, що дозволять їх запобігти. Зроблено спробу класифікації інтернет-загроз, на які наражаються учні, та загальної характеристики їх негативних наслідків. Виділено п'ять груп таких загроз.

Зроблено висновок про наявність нагальної потреби у формуванні в учнів уміння ідентифікувати інтернет-загрози та уміння запобігати ним через засвоєння певних алгоритмів безпечної поведінки в інтернет-середовищі, становленні системи цінностей, прийнятті та усвідомленні моральних норм. Надано рекомендації батькам щодо створення умов для формування у дітей уміння запобігати інтернет-загрозам, визначено напрями формування та складові медіаграмотності здобувачів освіти, які дозволять запобігати інтернет-загрозам.

Статья посвящена вопросам анализа и классификации интернет-угроз, с которыми сталкиваются ученики, и определения составляющих элементов медиаграмотности подростков, формирование которых позволит их избежать. Актуальность формирования медиаграмотности учащихся учреждений общего среднего образования обоснована результатами анализа статистики доступа домохозяйств Украины к всемирной сети Интернет за последние годы, обнародованной Государственной службой статистики Украины.

Сделана попытка классификации интернет-угроз, с которыми сталкиваются ученики, и общей характеристики их негативных последствий. Выделено пять групп интернет-угроз: 1) токсический контент (реклама табака, алкоголя, энергетиков; селфи и видео, снятые в экстремальных условиях; пропаганда насилия, наркотиков, порнография, нецензурная брань в медийных текстах, видео и т. д.; ложная информация, язык вражды); 2) контент, который способствует формированию разного рода зависимостей (селфимания, фабинг, увлечение азартными играми, виртуальными казино, коммуникативная зависимость и т. д.); 3) контент, который содержит элементы онлайн-насилия (кибербуллинг, флейминг, анонимные угрозы, кибермоббинг,

троллинг и т. д.); 4) контент, который содержит угрозы, связанные с мошенническими схемами (сбор и разглашение частной информации, виртуальные «друзья», имеющие преступные намерения); 5) угрозы, которые приводят к проблемам самоидентификации, коллективной идентификации.

Сделан вывод о необходимости формирования у учащихся умения идентифицировать интернет-угрозы и умения избегать их через усвоение определенных алгоритмов безопасного поведения в интернет-среде, становление системы ценностей, принятие и осознание нравственных норм.

Считаем, что эта задача может быть выполнена при условии интеграции в образовательном процессе основ педагогической и медиадидактики, организации образовательного процесса на основе деятельностного и синергетического подходов, которые должны обеспечить переход от знаниевой к компетентностной парадигме обучения, координации и объединения усилий в этом направлении государства, школы и семьи.

Даны рекомендации родителям по созданию условий для формирования у детей умения избегать интернет-угроз, определены направления формирования и составляющие медиаграмотности соискателей образования, которые позволят избежать интернет-угроз.

O. N. Syrtsova, M. V. Dashko

Formation of the ability to prevent Internet threats as a component of students' media education in the conditions of formation of information society

The article is devoted to the analysis and classification of Internet threats that students face, and the definition of the constituent elements of media literacy among adolescents, the formation of which will allow to avoid such threats. The relevance of the formation of media literacy among students in secondary schools is justified by the analysis of statistics on access of households in Ukraine to the World Wide Web in recent years, published by the State Statistics Service of Ukraine. An attempt has been made to classify the Internet threats faced by students and the general characteristics of their negative consequences. There were identified five groups of Internet threats: 1) toxic content (tobacco, alcohol, energy advertisements; selfies and videos shot under extreme conditions; violence, drugs, pornography, foul language in media texts, videos, etc.; false information, hate speech) 2) content that contributes to the formation of various kinds of addictions (self-addiction, phubbing, passion for gambling, virtual casinos, communicative addiction, etc.), 3) threats that contain elements of online violence (cyberbullying, flaming, anonymous threats to cybermobbing, trolling, etc.), 4) the threats posed by fraudulent schemes (the collection and disclosure of personal information, the virtual "friends" with criminal intent), and 5) the threat that lead to identity issues of collective identification. The conclusion is made that there is a need for students to develop the ability to identify Internet threats and the ability to avoid them by learning certain algorithms of safe behavior in the Internet environment, the establishment of a value system, the adoption and awareness of moral standards.

We believe that this task can be accomplished provided that the educational process integrates the foundations of pedagogical and media didactics, organizes the educational process on the basis of active and synergetic approaches, which should ensure the transition from a knowledge-based to a competency-based paradigm of learning, coordination

and pooling of efforts of the state, school and family in this direction. Recommendations are given to parents on creating the conditions for the formation of children's ability to avoid the Internet threat, the directions of formation and the media literacy components of education applicants that will allow to avoid the Internet threat are determined.

Актуальність та стан розробки питання. Інформаційна епоха відрізняється від попередніх епох тим, що інформація становиться одним з основних ресурсів, який визначає рівень розвитку суспільства, його суспільно-економічний, політичний та культурний потенціал. Інформаційне суспільство сьогодні розглядається науковцями як якісно новий етап розвитку людства, в якому будь-яка людина за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій може отримувати, переробляти, розповсюджувати інформацію, а держава забезпечує високий рівень інформатизації всіх галузей [1, с. 129]. Основними складовими є людина, інформація, інформаційні ресурси та інформаційно-комунікаційні технології [1, с. 131]

Суспільству необхідні люди, які вміють самостійно визначати потреби, здобувати інформацію, аналізувати її та синтезувати у нові знання. При цьому необхідно зазначити, що в сучасному світі більше немає мононосія інформації. В той же час процес інтернетизації охопив майже всі сфери життя сучасної людини. Крім безлічі можливостей Інтернет несе в собі і ряд загроз.

Звертаючись до Академічного тлумачного словника ми знаходимо наступне визначення слова «загроза» — «можливість або неминучість виникнення чогось небезпечного, прикрого, важкого для кого-, чого-небудь» [2]. І саме молоде покоління, яке ще не має сформовану власну медійну грамотність, найбільш схильне потрапити в пастки та небезпеки Інтернету, до яких ми відносимо небажаний контент, що несе в собі деструктивний медіаінформаційний вплив.

У 2016 році була схвалена нова редакція Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, головною метою якої є сприяння розбудові в країні ефективної системи медіаосвіти, що має стати фундаментом гуманітарної безпеки держави, розвитку і консолідації громадянського суспільства, протидії зовнішній інформаційній агресії, всебічно підготувати дітей і молодь до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа [3]. На жаль, на практиці ми бачимо, що реалізація цієї мети на сьогодні є дуже проблематичною. Рівень медіакультури та медіаграмотності серед українців залишається дуже низьким. Як ніколи, небезпеку становлять ризики соціалізації дітей та підлітків в умовах токсичного медіасередовища з небажаним контентом.

Ми приєднуємося до науковця Н. Кухарської, яка під небажаним контентом розуміє нелегальні та шкідливі матеріали, що не відповідають віковим осо-

близостям дітей і негативно впливають на стан їх фізичного та психічного здоров'я. Контентні загрози в Інтернеті — це матеріали (тексти, зображення, аудіо, відеофайли, посилання на сторонні ресурси), які містять насильство, агресію, еротику і порнографію, нецензурну лексику, інформацію, що розпалює расову ненависть, пропаганду анорексії і булімії, суїциду, азартних ігор, наркотичних речовин та інше [4, с. 172].

У зв'язку з цим істотно зростає значення формування в учнів уміння запобігати інтернет-загрозам, як складової їхньої медійної грамотності засобами медіаосвіти.

У сучасному медіаосвітньому процесі в Україні чітко визначилися кілька наукових груп: розвиток синтезу медіаосвіти та журналістики (Академія української преси, колектив дослідників під керівництвом В. Іванова); розвиток медійної екології, захист аудиторії від шкідливих медійних впливів (Інститут медіаекології Львівського національного університету); розвиток медіадидактики (колектив під керівництвом Г. Онкович); розвиток соціокультурної моделі медіаосвіти (колектив під керівництвом Л. Найдьонової); розвиток естетичного сприйняття і смаку школярів та студентів (Національна асоціація діячів кіноосвіти і медіапедагогіки України під керівництвом О. Мусієнко) [5]. Всі ці групи звертають увагу на проблему безпеки учнів в інтернет-просторі (здебільшого щодо маніпулятивного впливу медіа на розум підростаючого покоління). В той же час ми робимо власну спробу класифікації інтернет-загроз, на які наражаються учні під час перебування в інтернеті.

Мета статті полягає у спробі здійснення класифікації інтернет-загроз, на які наражаються учні користуючись ресурсами Інтернет і визначенню складових елементів медіаграмотності, що дозволять їх запобігти.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні існує багато технологій здійснення впливу на суспільство і один із них це ресурси та контент Інтернету. З кожним днем кількість користувачів всесвітньої мережі Інтернет збільшується. Особливо це стосується дітей та підлітків, які на жаль не усвідомлюють реальні можливі загрози кіберпростору. Наша молодь має фактично необмежений доступ до всесвітньої мережі: в середньому користуються Інтернетом вдома 91 % молоді, в школі — майже 30 % та 45 % — через мобільний Інтернет. Різниця у відсотках користувачів Інтернету серед міської та сільської молоді є несуттєвою. При цьому під час освітнього процесу кожен шостий учень віком до 15 років та майже кожен другий віком від 15 до 17 років (тобто старшокласники) користуються Інтернетом для вирішення навчальних завдань. Таким чином, основним завданням взаємодії батьків і вчителів в процесі навчання і виховання підлітків є забезпечення їх інформаційної безпеки [6; 7].

За результатами аналізу контенту медіаресурсів, які знаходяться в інтернеті та якими користуються здобувачі освіти або потенційно можуть користуватися, ми поділили інтернет-загрози на декілька груп.

Перша група інтернет-загроз — токсичний контент: реклама тютюну, алкоголю, енергетиків; селфі та відео, які зняті за екстремальних умов; пропаганда насильства, наркотиків; порнографія; нецензурна лайка в медійних текстах, відео тощо; неправдива інформація; мова ворожнечі.

Наслідки вживання такого контенту дітьми та підлітками полягають у розвитку «селфіманії», наслідуванні підлітками вчинків екстремалів, а як результат — втрата інстинкту самозбереження, втрата здоров'я, в окремих випадках життя. З іншого боку, перегляд контенту зі сценами насильства над тваринами та людьми, вживанням та поширенням наркотичних засобів, тощо підштовхує дітей до протиправної та антисуспільної поведінки, що сприяє ставленню під сумнів загальнолюдських цінностей. Перегляд фото- та відеопродуктів, які містять елементи порнографії має негативний вплив на формування їх громадської та, у майбутньому, сексуальної поведінки, спотворюють уяву про сексуальні стосунки, нівелюють сімейні цінності, провокують раннє інтимне життя. Все це також призводить до падіння рівня культури мови, загальної культури, паплюжить систему моральних цінностей.

Друга група — контент, який сприяє формуванню певних залежностей: фобінг, захоплення азартними іграми, віртуальними казино, комунікативна залежність тощо. Ця група інтернет-загроз призводить до проблем із комунікацією в реальному світі, низьким рівнем сформованості соціальної компетентності учнів, невміння встановлювати та підтримувати соціальні зв'язки (що проявляється у відсутності реальних друзів), несформованості навичок емпатії, а як наслідок — емоційного інтелекту. Тобто ця група інтернет-загроз провокує процес уповільнення темпів саморозвитку та самоактуалізації підлітків.

Третя група — група загроз, які містять елементи онлайн-насилля (кібербулінг): флеймінг, анонімні погрози, кібермобінг, тролінг тощо. Останнім часом активізувалася діяльність в соціальних мережах адміністраторів «груп смерті». Наслідком зіткнення з такими загрозами є руйнування комунікативних умінь підлітків (віктимність поведінки). З іншого боку, це може привести до протилежних наслідків: наслідування дітьми неправомірної поведінки, сприймання всього світу як здатного до агресії та обґрунтування для себе необхідності протистояти йому. Також підлітки стають байдужими до людських страждань, страждань тварин тощо.

Четверта група — загрози, пов'язані із шахрайськими схемами: збирання та розголошення приватної інформації, віртуальні «друзі», що мають злочинні

наміри. Також до цієї групи ми відносимо віруси, небажану пошту, спам, що призводить викрадення персональних даних, пошкодження операційної системи тощо.

П'ята група — загрози, які призводять до проблем із самоідентифікацією, колективною ідентифікацією. Під час переглядів художніх фільмів, мультфільмів, гри в комп'ютерні ігри, діти можуть ідентифікувати себе з головними героями, часто негативними, а як наслідок — негативний вплив на формування світогляду, цінностей, які спрямовують до певних цілей і дій, що становлять основу культури особистості. Системне порушення в інтернеті авторських прав призводить до наслідування дітьми неправомірної поведінки. Інформаційно-психологічна війна (приниження української мови і культури, фальшування української історії, формування російськими засобами масової комунікації альтернативної до дійсності викривленої інформаційної картини світу) — до проблем із колективною ідентифікацією, формування манкрутів.

Виходячи із вищезазначеного, ми приходимо до висновку про нагальну потребу формування в учнів уміння ідентифікувати інтернет-загрози та уміння запобігати ним через засвоєння ними певних алгоритмів безпечної поведінки в інтернет-середовищі, становленні системи цінностей, прийнятті та усвідомленні моральних норм.

Вважаємо, що це завдання може бути виконано за умови інтеграції до змісту навчання медіаосвіти, організації освітнього процесу на засадах діяльнісного та синергетичного підходів, які мають забезпечити перехід від знаннєвої до компетентнісної парадигми навчання, координації та поєднання зусиль в цьому напрямі держави, школи та родини.

Формування уміння запобігання інтернет-загрозам має відбуватися через розвиток медіаграмотності учнів. До складових елементів медіаграмотності ми відносимо наступне.

I. Формування цінностей:

1.1. Доступу до якісної інформації.

1.2. Можливості формування та висловлювання власної аргументованої точки зору.

1.3. Можливості мати власну активну життєву позицію, брати участь у суспільному житті.

1.4. Загальнолюдських цінностей та норм моралі.

II. Формування умінь та компетентностей:

1.1. Відокремлювати факти від думок (суджень).

1.2. Здійснювати аналіз медіатекстів (хто є автором, з якою метою написано текст, що від мене очікують після ознайомлення з даною інформацією, до

чого мене спонукають, з яких блоків складається медіатекст, чи не порушені причинно-наслідкові зв'язки між різними частинами тексту тощо).

1.3. Декодувати візуальну та звукову інформацію.

1.4. Перевіряти інформацію, здійснювати пошук першоджерел.

1.5. Здійснювати фактчек.

1.6. Вирізняти ознаки маніпуляцій та фейкової інформації.

1.7. Визначати цінності інформації, її вплив на власний емоційний стан та емоційний стан інших людей (навички емпатії, розвиток емоційного інтелекту).

1.8. Розрізняти мову ворожнечі та адекватно на неї реагувати.

1.9. Моделювати власну поведінку в залежності від ситуації що склалася.

1.10. Прогнозувати наслідки власних дій та поведінки в інтернет-просторі.

III. Формування ІК-компетентності, правової компетентності, критичного мислення, уміння співіставляти інформацію, думки, заклики до дій, що керуються загальнолюдськими цінностями тощо.

Підсилення результатів медіаосвіти учнів вбачаємо можливим за умови поєднання зусиль закладу освіти та батьків учнів, що полягає у забезпеченні системності та систематичності процесу формування медіаграмотності учнів через розвиток їх критичного мислення, відповідального ставлення до екологічності медіапродукту, який споживається, прийнятті та усвідомленні загальнолюдських цінностей.

Дії з боку батьків:

I. Щодо формування родинних відносин:

1.1. Створення умов, за яких діти будуть відчувати безпеку та любов в сім'ї, відповідальності за своє життя перед собою та родиною.

1.2. Постійне спілкування з дітьми (особливо підлітками), становлення довірливих родинних стосунків. Розуміння проблем дитини. Відверті розмови з дітьми на будь-які теми.

1.3. Демонстрація дітям здорового способу життя на власному прикладі, спілкування з дітьми на теми здоров'я, спільні спортивні тренування.

II. Щодо виховання та освіти дітей:

2.1. Покращення власної культури мовлення. Утримання від вживання нецензурних слів при дітях.

2.2. Приклад споживання медійного контенту без нецензурної лексики. Контроль за культурою мови дітей.

2.3. Самоосвіта та розвиток власного критичного мислення. Прищеплення дітям цінностей саморозвитку. Створення умов для розвитку логічного та кри-

тичного мислення дітей. Організація дозвілля всієї родини. Родинне читання книг і обговорення їх з дітьми.

2.4. Спільні перегляди та обговорення мультфільмів і художніх фільмів. Критичне осмислення та оцінювання відео. Обговорення головних героїв, мотивів та наслідків їх вчинків. Дотримання вікових обмежень.

2.5. Здійснення спільних досліджень віртуального світу: віртуальних екскурсій, досліджень питань тощо.

2.6. Виховання власним прикладом толерантності. Демонстрація дітям власних прикладів дотримання Конституції та законів України, виявлення поваги до історії України та української мови як до державної.

2.7. Розуміння батьками того, що ігри мають бути розвивальні та навчальні.

2.8. Навчання дітей правил конфіденційності та поведінки онлайн.

2.9. Формування відповідальної поведінки дітей в онлайн-просторі.

III. Щодо здійснення контролю інтернет-поля дитини:

3.1. Батьківський контроль операційних систем на комп'ютерній техніці (встановлення на пристроях спеціальних програм). Встановлення відповідного антивірусного програмного забезпечення. Обмеження можливостей відвідування сайтів певного спрямування.

3.2. Контроль контенту, який переглядають діти. Контроль спілкування дитини з віртуальними друзями та підтримка спілкування з реальними друзями.

3.3. Контроль часу перебування дітей у віртуальному світі. Встановлення програм, що обмежують час роботи на комп'ютері.

Виходячи із вищезазначеного, ми вважаємо, що в умовах становлення інформаційного суспільства, процесу інтернетизації всіх сфер життя людства уміння запобігати інтернет-загрозам є складовою медійної грамотності людини. Інтернет-загрози, на які наражаються сучасні учні, ми умовно об'єднуємо в п'ять груп, де критерієм для об'єднання є ті негативні наслідки, які вони несуть.

Виконання завдання формування вміння запобігати інтернет-загрозам є ефективним за умови об'єднання зусиль держави, школи та батьків. В освітній процес має бути інтегрована медіаосвіта, яка забезпечить можливість сформувати в учнів медіаграмотність, складові якої ми зазначили вище.

1. Петрухно Ю. Є. Інформаційне суспільство: поняття, основні складові, характеристика // Вісник ОНУ. Сер. Бібліотекознавство, бібліографознавство, книгознавство. 2004. Т. 19. Вип. 1. С. 127–133. [Вернуться к статье](#)

2. Словник української мови. Он-лайн версія [Електронний ресурс]. URL: <http://www.inmo.org.ua/sum.html> (дата обращения: 10.04.2020). [Вернуться к статье](#)

3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) [Електронний ресурс]. URL: <https://bit.ly/2H8Kq0R> (дата обращения: 10.04.2020). [Вернуться к статье](#)
4. Кухарська Н. П., Кухарський В. М. Загрози безпеці дітей у соціальних мережах // Безпека інформації. 2014. Т. 20. № 2. С. 169–175. [Вернуться к статье](#)
5. Бурім О. В. Взаємодія сім'ї та школи у вирішенні питання мінімізації деструктивного впливу сучасного медіасередовища на особистість [Електронний ресурс] // Науковий вісник Донбасу. 2010. № 4. URL: file:///C:/Users/son26/Downloads/nvd_2010_4_8.pdf. (дата доступу: 10.04.2020). [Вернуться к статье](#)
6. Доступ домогосподарств України до Інтернету у 2017 році (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України). Статистичний збірник [Електронний ресурс]. Київ : Державна служба статистики України, 2018. URL: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2018/zb/06/zb_ddudi_2017.pdf (дата доступу: 10.04.2020). [Вернуться к статье](#)
7. Доступ домогосподарств України до Інтернету у 2018 році (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України). Статистичний збірник [Електронний ресурс]. Київ : Державна служба статистики України, 2019. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/07/zb_Internet_2018.pdf (дата доступу: 10.04.2020). [Вернуться к статье](#)

УДК 37.026.4

Д. А. Фролов

*старший преподаватель кафедры дидактики и методик обучения
математически-естественных дисциплин
Запорожского областного института
последипломного педагогического образования,
кандидат сельскохозяйственных наук (Украина)*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕДИАТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ WOW-ЭФФЕКТА НА УРОКАХ ЕСТЕСТВЕННЫХ ДИСЦИПЛИН

В данной статье поднимаются вопросы перспектив и сложностей использования медиатехнологий для создания WOW-эффекта на уроках естественных дисциплин. Раскрывается суть данного понятия и объясняется его популярность. Также даются обоснования, почему данный эффект будет набирать в дальнейшем популярность в качестве педагогического приема именно на уроках естественных дисциплин. Раскрывается его педагогический потенциал, а также ограничения использования непосредственно в классах.

D. A. Frolov

Use of media technologies for the wow effect in the lessons of natural disciplines

This article raises questions about the prospects and difficulties of using media technologies to create a WOW-effect in the lessons of natural sciences. The essence of this concept and explanations of its popularity are revealed. It also substantiates why this effect will gain popularity in the future as a pedagogical technique precisely in the lessons of natural disciplines. The pedagogical potential, as well as the limitations of use directly in the classes are revealed. Thus, it can be predicted that the use of the WOW effect will only take on different forms. But it should be noted that directly at the lesson such a method works most effectively one maximum two times, and its excessive use inevitably leads to the extinction of the expected effect.

Есть только два способа прожить жизнь.

Первый — будто чудес не существует.

Второй — будто кругом одни чудеса.

Альберт Эйнштейн

Образование начинается с удивления или восхищения, которые являются прародителями интереса, любопытства. И только после этого встают вопросы: а как это работает? Ух ты, а что там внутри? Именно они толкают нас на открытие чего-то нового. Сейчас в педагогическом мастерстве выделяют такой термин, как «педагогика удивления». Это особое направление педагогики, описывающее систему методов и приемов обучения и воспитания, основанных на ко-

гнитивной эмоции удивления, и опирающееся на принципы природосообразности, активности, проблемности, свободы творчества. Собственный опыт работы и отзывы коллег, использующих данное направление обучения, показывает, что именно удивление может быть основой для формирования устойчивой внутренней мотивации к обучению, а также позволяет создавать тот эмоциональный фон, на котором более успешно достигаются предметные результаты.

Выделяют четыре источника удивления: удивление фактом, удивление методом, удивление обучающей средой, удивление собственными силами [1].

В последнее время все чаще можно встретить такой термин, как «WOW-эффект». Для начала необходимо сформулировать, что представляет собой WOW-эффект. Попросту говоря, WOW-эффект возникает, когда что-то, происходящее во вне, приятно превышает наши ожидания. То есть неожиданно оказывается лучше, чем мы рассчитывали. Откуда берется WOW-эффект? Где его место в нашей жизни? Это можно определить посредством субъективного проживания, как бы воспринимая все внешнее изнутри своего тела [2].

Почему WOW-эффект набирает такую популярность в педагогике? Ответ можно найти в теории поколений Уильяма Штрауса и Нила Хау, которая описывает повторяющиеся поколенческие циклы [3]. Дело в том, что, следуя этой теории начиная с предпоследнего поколения, так называемого Z, очень часто эту дефиницию приравнивают к термину «цифровой человек», называют еще «нео-цифровыми аборигенами». Представители этого поколения активно используют планшеты, VR- и 3D-реальность и основную информацию усваивают исключительно через монитор. Это подчеркивает переход от ПК к смартфону и от текстового формата к цифровому [4].

К примеру, на уроках биологии ключевыми темами являются процессы митоза и мейоза. Множество фаз самих процессов, их последовательность, биологическое значение и сложная терминология приводят к излишней академичности на уроке. И важные биологические знания остаются сложными и так сказать «блеклыми» уже на первых этапах изучения. Как правило, для изучения из основных средств обучения используется учебник с рисунком-схемой, дополнительный плакат, может быть, анимация (рисунок 1 а), которые дублируют один другой, но не вносят чего-то нового.

На курсах повышения квалификации учителей биологии и экологии в Запорожском областном институте последипломного педагогического образования было предложено продемонстрировать учителям процесс митоза в иной форме (рисунок 1 б). Нетривиальное изображение привычной схемы поднимает уровень заинтересованности учащихся и активизирует процессы запоминания нового материала.

Также следует отметить, что использование WOW-эффекта на уроке эффективно всего один или максимум два раза. Использование данного педагогического приема более двух раз будет отклонять учащихся от основной линии занятия, поскольку приводит к перевозбуждению и разбалансировке класса на проводимом занятии или уроке (захочется обговорить, обсудить и т. д.).

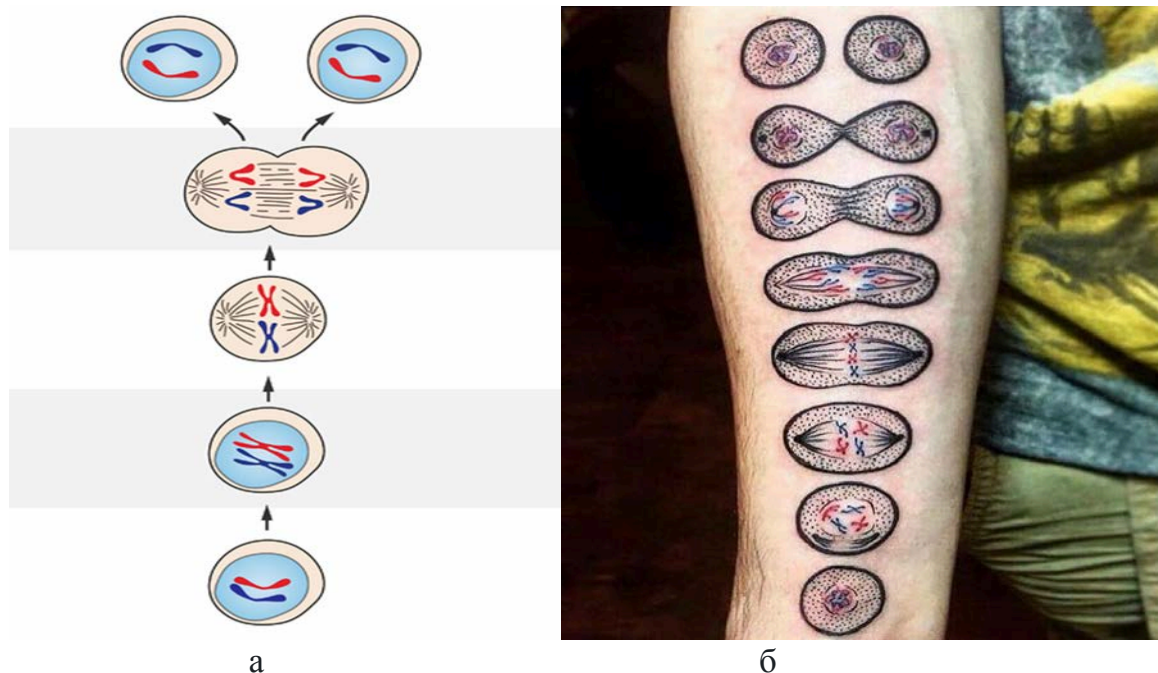


Рисунок 1 — Схема деления клетки (митоз):

а) в учебнике биологии;

б) применяемая учителями для достижения WOW-эффекта

Кроме этого, для достижения WOW-эффекта может использоваться не оригинальная подача изображения или видеоряда, а применяется так называемый ассоциативный прием. Например, для прохождения биологических тем индивидуального развития, питания, орнитологии или этологии может использоваться ассоциативное изображение выкармливания детенышей, но с заменой биологических объектов на индустриальные (рисунок 2 а). В экологии данное изображение может с успехом использоваться при изучении тем популяции как актуализирующее изображение.

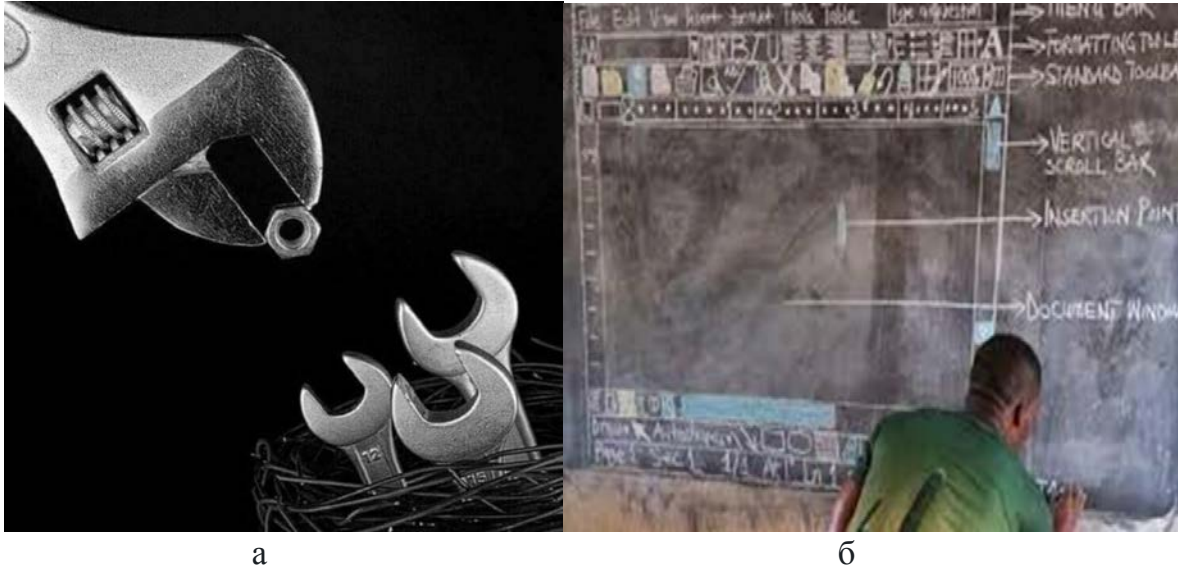


Рисунок 2 — а) ассоциативный рисунок для урока экологии и биологии;
 б) фотография для достижения WOW-эффекта
 при повышении квалификации учителей информатики

Для повышения квалификации учителей информатики одним из слайдов лекции по дидактике использована фотография одного из уроков информатики в сельской школе Ганы (Западная Африка), которые проходят в весьма оригинальной манере преподавания — интерфейсы популярного программного обеспечения изучаются на обычной школьной доске (рисунок 2 б). Местный учитель информатики Ричард Акото опубликовал на своей страничке в Facebook (под псевдонимом Овука Квадво) и на форуме Reddit несколько фотографий, передающих особенности учебного процесса в этой сельской школе. Ему приходилось преподавать информатику, рисуя окна различных программ мелом на доске в начальной школе, где нет ни одного компьютера, тем самым стараясь подготовить учеников к национальному экзамену по информатике [5].

Данная фотография оказывает колоссальное воздействие на уже взрослую и подготовленную аудиторию. Как правило, после просмотра этого слайда начинается бурное обсуждение успешности использования педагогических приемов Ричарда Акото.

Таким образом, можно спрогнозировать, что интерес к использованию WOW-эффекта в педагогике со временем будет только возрастать и приобретать разные формы. Но следует отметить, что непосредственно на занятии такой метод продуктивнее всего работает один или максимум два раза, а его чрезмерное использование неизбежно приводит к угасанию ожидаемого эффекта.

1. Степичев П. А. Педагогика удивления: новая парадигма образования в XXI веке // *Paradigmata poznání*. 2015. № 4. С. 35–38. [Вернуться к статье](#)

2. Wow-эффект — закономерно. Стратегии выхода из кризисных ситуаций Олег Бокачёв, 2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://dhanur.org/knowledge/wow-effect-systematically> (date of access: 20.02.2020). [Вернуться к статье](#)

3. Теория Поколений. Материал из Википедии — свободной энциклопедии, 2020 [Электронный ресурс]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F_%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9 (date of access: 20.02.2020). [Вернуться к статье](#)

4. Поколение Z. Материал из Википедии — свободной энциклопедии, 2020 [Электронный ресурс]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_Z (date of access: 20.02.2020). [Вернуться к статье](#)

5. Африканскому учителю, который рисовал окна программ на доске, подарили компьютеры. Bird in flight. 2018 [Электронный ресурс]. URL: <https://birdinflight.com/ru/novosti/20180315-ghanas-blackboard-microsoft-teacher-has-been-given-computers.html> (дата обращения: 20.02.2020). [Вернуться к статье](#)

УДК 81.42

И. П. Черкасова*профессор кафедры иностранных языков
и методики их преподавания**ФГБОУ ВО «Армавирский государственный
педагогический университет»,**доктор филологических наук, доцент (Россия)***СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
КОНЦЕПТОВ «ОБРАЗОВАНИЕ» И «ТОЛЕРАНТНОСТЬ»
В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ**

Статья посвящена изучению репрезентации концептов «образование» и «толерантность» в медиадискурсе. Концепты вербализуются в соответствии с характером и своеобразием материальной, духовной и социальной культуры, в тесной связи с лингвистическими и прагматическими составляющими. Материал может быть использован в процессе изучения концептосферы массмедийного дискурса.

I. P. Cherkasova*Specifics of the functioning of the concepts «education» and «tolerance» in the modern media discourse*

The article is devoted to the investigation of media discourse concepts "education" and "tolerance". Discourse is understood as the actualization of text structures in interaction with extralinguistic factors. Media discourse is considered as a complex structural-semantic formation, the axiological system having a certain functional perspective. The system of concepts is a basis for media discourse. Concepts are verbalized in accordance with the character and singularity of corresponding material, spiritual and social culture, in tight correlation with linguistic and pragmatic factors. The given examples illustrate the statements under consideration. The practical value of the paper consists of the application of the results of the investigation in the course of stylistics, text interpretation, discourse theory, theory and practice of translation.

Многогранность понятия «дискурс» предопределила существование значительного количества его определений, типологий и подходов к изучению (Н. Ф. Алефиренко, Н. Д. Арутюнова, В. З. Демьянков, В. И. Карасик, М. Л. Макаров, Ю. С. Степанов, Т. А. Van Dijk, G. Brown и др.), раскрывающих различные стороны возможных дискурсивных исследований. Важное место в системе современных дискурсивных формаций занимает медиадискурс, и в этой связи притягивает внимание многих исследователей (Е. С. Кубрякова, В. И. Карасик, А. А. Серебряков, С. В. Серебрякова, М. Р. Желтухина, А. В. Олянич, А. Л. Факторович, В. А. Буряковская, Т. Г. Добросклонская, О. В. Ширяева, Э. В. Чепкина и др.). В. И. Карасик отмечает, что в настоящее

время медиадискурс «представляет собой разветвленную сеть коммуникативных сообществ, обменивающихся эмоционально заряженной информацией». Цитируемый автор выделяет три основные функции медиадискурса — информировать, развлекать, воздействовать [1, с. 172–173].

Основой медиадискурса является система концептов массовой коммуникации, взаимодействующих между собой и оказывающих влияние на читателей. В связи с этим А. В. Олянич подчеркивает, что массовая коммуникация выступает как более широкое понятие, чем массовая информация [2, с. 30], и выделяет систему концептов СМИ. Специфика функционирования концепта в медиадискурсе состоит в том, что в его рамках получает сопряжение национально обусловленная аксиология концепта и глобальность массовой коммуникации.

Ключевыми концептами данной сферы Е. С. Зиновьева считает «информацию» и «знание» [3, с. 78]. Следует, безусловно, в качестве основополагающих концептов медиапространства отметить такие, как «свобода», «демократия», «образование». Увеличилось внимание СМИ к таким концептам, как «talant», «успех», «творчество». В. А. Буряковская акцентирует внимание на концептах молодого поколения — «гламур» и «автомобиль» [4, с. 80–88].

Чрезвычайно важное место, по мнению А. В. Олянича, в системе медиадискурса занимает концепт «образование» [2, с. 67]. Особое внимание уделяется проблемам и перспективам развития системы образования в связи с реализацией в России приоритетного Национального проекта «Образование».

В Толковом словаре Ожегова «образование» определяется как:

1. Получение систематизированных знаний и навыков, обучение, просвещение.
2. Совокупность знаний, полученных в результате обучения [5].

Анализ текстов современного медиадискурса позволяет выявить динамику тональности, состоящую в переходе от критики существующих недостатков к констатации политических шагов, нацеленных на решение многочисленных проблем, а также определить основополагающие смыслы, входящие в структурно-семантическую организацию концепта «образование»:

1. В последние десятилетия в рамках медиадискурса авторы обращают особое внимание на проблемы, связанные с процессами образования.

2. Ученые подчеркивают, что хорошее образование позволяет сохранить здоровье, хорошую физическую и психическую форму организма на долгие годы: «Очень важно хорошее образование — это тоже профилактика Альцгеймера... Мозг развивается гораздо лучше, если это не рутинная работа, а процесс, когда вы сталкиваетесь с новыми вызовами, осваиваете прежде не знакомые навыки, решаете неожиданные задачи» (А. Добрюха Всемирно известный нейробиолог

Дик Свааб: Политические взгляды, выбор в любви и вера в Бога записаны в наших генах // Комсомольская правда, 2014.07.26).

3. Образование должно быть тесно связано с реалиями, особенностями экономики, культуры, национальной спецификой.

4. В многочисленных статьях авторами отмечается важность введения Национального проекта «Образование»: «В московском «Манеже» прошел финал международного конкурса детских инженерных команд “Кванториада”». И здесь же вице-премьер Татьяна Голикова и министр просвещения Ольга Васильева оценили самые перспективные разработки школьников, подвели итоги первого года реализации нацпроекта «Образование» (К. Колесникова Звонок на перемену // Российская газета — Федеральный выпуск № 289(8047)).

5. Образование является ценным не само по себе, а как средство реализации внутреннего потенциала личности: «Добиться, чтобы каждый школьник был востребован после обучения — один из первых шагов по преобразованию российской системы образования, задача, которую поставил Президент страны Владимир Путин в своем Послании к Федеральному Собранию. Как достичь этого, обсудили в сочинском центре для одаренных детей “Сириус”. Здесь состоялась Всероссийская конференция “Путь к успеху”» (И. Сизова «Сириус» светит талантам // Российская газета — 11.02.2020 Спецвыпуск № 29(8083)).

6. Особое место в данной связи занимает наука, развитие которой позволяет населению страны уверенно смотреть в будущее.

7. Авторы отмечают неотъемлемое право на получение образования и самореализацию в данной области всех членов общества: «Учительница из Звериноголовского района Александра Недушенко ведет уроки иностранного языка в сельской школе в инвалидной коляске. Недавно она стала лауреатом регионального этапа окружной премии народным героям в номинации “Вопреки всему”» (В. Пичурина Оказавшаяся в инвалидном кресле девушка смогла стать учителем английского // Российская газета 22.12.2019).

8. Результатом работы становятся многочисленные достижения в сфере образования, которые также широко освещаются средствами массовой информации.

Одним из самых значимых на современном этапе общественного развития является концепт «толерантность». А. Б. Аболин считает, что с помощью текстов СМИ в массовом сознании не только акцентируется внимание на вопросах, связанных с толерантностью, но и формируются заданные идеологами представления в этой сфере [6].

Как любой концепт, толерантность представлена в разных языках и культурах неоднозначно. В Большом энциклопедическом словаре данное понятие трактуется следующим образом:

Толерантность (от лат. *tolerantia* — «терпение»):

1) иммунологическое состояние организма, при котором он не способен синтезировать антитела в ответ на введение определенного антигена при сохранении иммунной реактивности к другим антигенам. Проблема толерантности имеет значение при пересадке органов и тканей;

2) способность организма переносить неблагоприятное влияние того или иного фактора среды;

3) терпимость к чужим мнениям, верованиям, поведению [7].

Изучение контекстов, входящих в Национальный языковой корпус русского языка [8], позволило определить специфику концепта. Основными смыслами, определяющими структурно-семантическую организацию концепта, можно назвать следующие:

1. Это готовность строить диалог, принять особенности иного мировоззрения.

2. Толерантность свойственна русскому характеру в том случае, если правила не навязываются: «Кроме того, русские по натуре своей — добродушные и толерантные — если им не навязывать эту толерантность в чрезмерных количествах насильно» (Герман ПЯТОВ. Памятник Алле Пугачёвой // Комсомольская правда, 2013.10.18).

3. Излишние неразумные требования могут привести к разрушению национального порядка, культурных основ общества: «Наиболее ярко этот кризис проявляется в Западной Европе и в США — там, где правят бал либерализм и всепобеждающая толерантность» (Кирилл Бенедиктов. Последний шанс Ватикана // Известия, 2013.03.14).

4. В рамках изменений, происходящих в современном обществе, особенно в области образования, требуется воспитывать культуру общения с другими народами, восприимчивость к праву каждого человека сохранять родную культуру: «Учебник должен настраивать на толерантность, примирять общество, а не раскалывать его» (Владимир ВОРСОВИН. Новая концепция учебника истории // Комсомольская правда, 2013.09.27).

5. Не все процессы, происходящие в мире, допускают толерантность. Войны, экстремизм, болезни требуют постоянного противодействия.

Концепт «толерантность» отчасти замещается пониманием толерантности как терпимости. С другой стороны, свободолюбие русского народа выражается

в отказе выполнять чужие требования за счет потери личных свобод, изменения мировоззрения и социальных правил.

Таким образом, концепты «образование» и «толерантность» в пространстве медиадискурса предстают как сложные и многогранные структурно-семантические образования, взаимодействующие между собой в процессе репрезентации действительности через призму рефлексивной реальности автора / читателя. В. П. Литвинов, рассматривая «мыслящее мышление», отмечает производство текстов, воздействующих на изменение значений, «смещение понятий и обновление логических пространств, делающих возможным новое смыслообразование» [9, с. 310]. Постоянные изменения общественных отношений определяют непрерывную динамику концептуального пространства медиадискурса, вбирающего новые и новые образы, смыслы и метасмыслы.

1. Карасик В. И. Языковая спираль: ценности, знаки, мотивы. Волгоград : Парадигма, 2015. 432 с. [Вернуться к статье](#)
2. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса: монография. М. : Гнозис, 2007. 407 с. [Вернуться к статье](#)
3. Зиновьева Е. С. Изучение дискурса в рамках медиалингвистики // Верхневолж. филолог. вестн. 2016. № 3. С. 73–80. [Вернуться к статье](#)
4. Буряковская В. А. Коммуникативные характеристики массовой культуры в медийном дискурсе (на материале русского и английского языков) : монография. Волгоград : Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2014. 228 с. [Вернуться к статье](#)
5. Толковый словарь Ожегова [Электронный ресурс]. URL: <http://https://gufo.me/dict/ozhegov/образование> (дата обращения: 12.01.2020). [Вернуться к статье](#)
6. Аболин А. Б. Концепт «толерантность» в когнитивно-дискурсивном аспекте [Электронный ресурс] : дис. ... канд. филол. наук, 2009. URL: <http://www.dissercat.com/content/kontsept-tolerantnost-v-kognitivno-diskursivnom-aspekte#ixzz5bRemefVw> (дата обращения: 07.10.2019). [Вернуться к статье](#)
7. Большой Энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. 2002. URL: <http://www.onlinedics.ru/slovar/bes.html> (дата обращения: 17.08.2019). [Вернуться к статье](#)
8. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ruscorpora.ru> (дата обращения: 25.10.2019). [Вернуться к статье](#)
9. Литвинов В. П. Гуманитарная философия Г. П. Щедровицкого М. : ННФ «Институт развития им. Г. П. Щедровицкого», 2008. 408 с. [Вернуться к статье](#)

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Бабаева Т. Б.</i> Этико-эстетический аспект визуальных трансформаций в пространстве медиакультуры.....	7
<i>Balabanov V. B.</i> Some features of the use of electronic means of professionally oriented foreign language teaching	15
<i>Барановский А. Г.</i> Обучение через всю жизнь в условиях медиаобразования и цифровизации	19
<i>Батура И. Н., Тетюева К. С.</i> Образовательная медиасреда как фактор правовой социализации.....	26
<i>Бязручка А. В.</i> Пачатак кінапедагогічнай дзейнасці Уладзіміра Гарпенкі	31
<i>Васильченко Л. В.</i> Общая методика педагогического проектирования информационной образовательной среды	38
<i>Ваширова Н. В.</i> Особенности образовательных онлайн-сообществ как виртуальных социальных групп.....	45
<i>Венидиктов С. В., Колыско А. Н.</i> Имиджевый ресурс интернет-профилактики в деятельности органов внутренних дел Республики Беларусь	51
<i>Венідзіктаў С. В.</i> Інфармацыйная культура VS інфадэмія ў тэматычным полі COVID-19	56
<i>Демидко В. В.</i> Видео Tik Tok как новый формат обучающего видео	65
<i>Игнатович А. Е.</i> Отношение СМИ к мусульманской общине в Великобритании (2001–2011 гг.)	71
<i>Коропатник М. М.</i> Інформаційно-комунікаційна компетентність нової української школи — відповідь на виклики інформаційного суспільства.....	77
<i>Лаппо Е. Н.</i> Тесты в системе Google Forms как элемент модульного обучения иностранному языку в условиях дистанционного обучения	84
<i>Лукашкова И. Л., Сулимова М. Н.</i> Феномен агрессии в интернет-коммуникации: причины и особенности проявления	89
<i>Маслов Ю. В.</i> Лингводидактика в виртуальном пространстве: уроки нештатной вузовской «удаленки»	96
<i>Михалева Г. В.</i> Отражение проблемы межэтнической толерантности в англоязычных странах	101
<i>Miryukina E. V.</i> Media education model on the TV material of the period of perestroika in USSR	107
<i>Овсянников А. В.</i> Особенности интернет-коммуникаций в дисциплинах информационных технологий	113
<i>Rakhomova T. O., Nadtochii N. O.</i> Professional foreign language competence in the academic environment: essence, functions, features in the context of mediaeducation	117
<i>Судина Л. В.</i> Использование радиорекламы в создании положительного имиджа учебного заведения.....	124
<i>Сирцова О. М., Дашко М. В.</i> Формування уміння запобігати інтернет-загрозам як складова медіаосвіти учнів в умовах становлення інформаційного суспільства.....	132

<i>Фролов Д. А.</i> Использование медиатехнологий для WOW-эффекта на уроках естественных дисциплин	141
<i>Черкасова И. П.</i> Специфика функционирования концептов «образование» и «толерантность» современном медиадискурсе	146

[Вернуться к статьям](#)

[Вернуться на титульный экран издания](#)